

المدخل  
في  
تنظيم الأعمال التجارية والسكَّرناريَّة

تأليف  
نديم عبد الرحمن الضاحي

منشورات دار مكتبة الحياة  
بيروت - لبنان





المَدَّحِلُ  
فِي تَنْظِيمِ الْأَعْمَالِ الْجَارِيَةِ وَالسَّيَرَاتِيَةِ



نديم عبد الرحمن الضاحي

# المدخل في تنظيم الأعمال التجارية والسكّريّة

منقورات دار مكتبة الحياة  
بيروت



# البَابُ الْأَوَّلُ التَّجَارَةُ وَتَطَوُّرُهَا





## مقدمة

كان الإنسان الاول يعيش في حياته الأولى عيشة بدائية قائمة على الصيد وما تجود به الطبيعة من غرها او من خبراتها الأخرى إذ لم يكن يعرف صناعة السلع واذا كان يصنع شيئاً فهو الاسلحة من الحجر .

ان معيشة الإنسان تطورت بتطور المجتمع البشري، فبتكون الاسر والمواثل نشأ التآلف بين أفراد الجنس البشري وبدأت تقوم بعض الصناعات للسلع التي تحتاجها المواثل فكانت تتسم تلك الصناعات بطابع سد الحاجة . وما ان زادت المتطلبات عليها حتى ظهر الميل للتخصص في الصنع إذ أدرك الإنسان الفوائد الجمة التي يمنحها منه ففيه اقتصاد في الوقت ودقة في الانتاج . وكان ذلك التقسيم قد قام على أساس الجنس: المرأة للبيت ولتربية الاطفال ويعترف الرجال الصيد ثم أخذ تقسم العمل يشمل الرجال كل بما يتقنه فأدى ذلك الى زيادة في الانتاج فكان ذلك مدعاة لاحتلال التبادل في تلك السلع الفائضة الموجودة بين أيدي الأفراد او الاسر المختلفة واطلق على عملية المبادلة هذه ( بالمقايضة Barter ) ثم أخذت دائرة المقايضات في الاتساع لما استشعر بها من فوائد فأخذ يشد العزم للاستفادة من شحذ القابليات المختلفة وكسب الميول على زيادة الانتاج . فانطلق الإنسان من ذلك النظام الاقتصادي المغفل الذي كان يحياه ، ومكنته المقايضة

من سد الفراغ الذي كان يشعر به عند حاجته لسلع لا يتمكن من انتاجها . ثم ان هذا الانتاج المتزايد اوجد وسطاء أخذوا يجمعون ويهثون السلع للاشخاص الراغبين فيها وايداعها بسلع أخرى وهم يحصلون على الفرق بين كل عملية تقايض تنجز وقد اطلق على هؤلاء الوسطاء ( بالتجار ) وعملية التوسط التي يقومون بها لأجل الربح سميت ( بالتجارة ) .

ان الإنسان لم يكتف بهذا القدر من العيش إذ هو تواق للتقدم والعيش الأفضل ثم ان عمليات المقايضة أخذت تحمل بين طياتها مشاكلها التي يصعب في كثير من الحالات تذليلها فتؤدي الى اسجاس الطرفين المتعاقدين عن اجراء التقايض لأن المبادلة بالسلع تعتمد على تصادف مزدوج للحاجات بين الطرفين المتعاقدين ثم صعوبة تكافؤ السلع المتبادل فيها ، فمالك البقرة مثلاً يلحقه غبن فاحش لو أبدلها برمح . فكانت ذلك مدعاة لتفتق ذهن الإنسان عن طور وسيط . فبدلاً من ان يستبدل سلعة بسلعة بصورة مباشرة اتخذ من بعض السلع وسطاً لاجراء التبادل وتثمن السلع المنوي تبادلها بوحدات من تلك السلع الوسيطة .

فاختارت بعض القبائل الجلود وبعضها اتخذ الملح والسلح ... وكانت تلك السلع تقبل من الجميع وتستهمل من قبلهم استعمالاً مشتركاً وكادت تلعب تلك السلع الدور الذي تلعبه النقود في العصر الحاضر . لولا ظهور معاييرها فهي مختلفة بنوعها متباينة بالحجم ، صعبة الحمل ، معرضة للتلف وغير ذلك من العيوب . وما ان اكتشفت المعادن وخاصة الفضة والذهب حتى بدى بسكها نقوداً وقد خص الذهب لما يتميز به عن باقي المعادن الأخرى بميزات جمة فهو جميل براق لا يصدأ سهل الطرق يمكن ان يبصم عليه ما يشاء من الكتابات والعلامات ولكن مع كل هذا بدأت تظهر له معاييه فهو ثقيل الحمل وقابل للتحات<sup>(١)</sup> وقد تجلى

---

(١) التحات : تآكل العملة المعدنية نتيجة استعمالها لمدة طويلة فتزول ما عليها من رسوم وكتابة .

ذلك في التطور السريع في التجارة، وخاصة بعد الثورة الصناعية التي ادخلت الآلة في الانتاج والنقل ثم ارتفاع اسعار تلك الآلات فأخذ يستعمل نقود الورق جنباً لجنب مع الذهب وأخيراً حلت الاوراق التجارية كوسيلة بسيطة وسهلة في ايفاء الذمم والاثنان ولنقل الثروة إذ انها يسرت اجراء التعامل التجاري على اكمل وجه مستطاع .

ان هذه النظرة العاجلة لتطور المبادلات او التجارة التي اصبحت مهنة من المهن التي يعتد بها جعلت الحكومات تسعى جاهدة على انتعاشها فهي مدعاة الرقاه ورفق الأمم وقد شرعت القوانين الخاصة لتحسينها وتنظيمها وقد حذا العراق حذو الحكومات المتقدمة فخص التجارة بقانون رقم ٦٠ لسنة ١٩٤٣ وقانون الشركات التجارية رقم ٣١ لسنة ١٩٥٧ وقانون التأمين والافلاس وقوانين المصارف وغيرها .

لقد عرفت المادة (٥) من قانون التجارة رقم ٦٠ لسنة ١٩٤٣ التاجر ( كل من كان حائزاً على الأهلية القانونية واشتغل باسمه ببعض المعاملات التجارية فانخذها حرفة معتادة له وكل شركة تجارية ) .

أما بخصوص الاعمال التجارية فعرفتها المادة (١٣) من نفس القانون ( هي التي يقوم بها الشخص بقصد المضاربة ، والمضاربة هي توخي الكسب بطريقة تداول المعاملات سواء أكان الشخص تاجراً او غير تاجر . وتتألف المضاربة من عمليتين مفترقتين تجريان على المضارب به وقوديان إما الى خسارة يتجنبه المضارب او ربح يسمى اليه وهي الغاية المتوخاة من المضاربة ويجب على كل حال ان يقصد المضارب اجراء هاتين العمليتين بالتعاقب منذ الابتداء ) .

ويمكننا القول بأن التجارة تشمل ما يأتي :

- ١ - عمليات شراء السلع قصد بيعها
- ٢ - الخدمات التجارية
- ٣ - الصناعة

## عمليات شراء السلع قصد بيعها

اعتبر القانون التجاري العراقي عملية شراء السلع لأجل بيعها عملاً تجارياً لأن الغاية المتوخاة من القيام بشل هذه العمليات هي تحقيق الربح ويمكن ان نقسم طرق القيام بتلك العمليات الى قسمين :

أ - من ناحية الكمية وتكون من :

- (١) تجارة الجملة
- (٢) تجارة نصف الجملة
- (٣) تجارة المفرد

ب - من الناحية الاقليمية وتكون من :

- (١) التجارة الداخلية
- (٢) التجارة الخارجية

ج - التجارة من ناحية الكمية :

(١) تجارة الجملة ( Whole Sale Marchant )

في الوقت الحاضر لم تنحصر مهمة المنتج بدائرة تنظيم العمل داخل المعمل بل تعدته الى خارجه إذ ان الفرض المهم في عملية الانتاج هو بيع السلع المنتجة

تهيئة المال الكافي حتى يستمر الانتاج ثم عليه ايجاد المخازن لحزن المواد المنتجة وأخيراً يجب ان يجد الاسواق في مختلف اقطار العالم لتصريف المنتج . ان تاجر الجملة هيا المنتج المال والمخازن الخاصة للبضائع كما انه يقوم بتقديم مواصفات وتوصيات خاصة بحيث يحمل السلعة ملائمة لرغبات المشتري في قطره ، وبمضهم يطلب بضم اسمه عليها ويعلن بأنها صنعت خصيصاً لمحلته للثقة بها وبهض المنتجين يعطون وكالات خاصة بشروط معينة ينظم بها عقد لتوزيع منتجاتهم فهم على ضوء متطلبات اولئك يمكنهم ان يحددوا انتاجهم كمية وكيفية .

ان تاجر الجملة يختص عادة بالتعامل بسلعة معينة واحدة او سلع متشابهة وذلك ليتسنى له دراسة السوق المحلي ولسمة السوق العالمي إذ المفروض فيه التعرف على اكبر عدد من المنتجين في العالم ثم ان مشترياته عندما تكون من سلعة واحدة ستكون كينتها كبيرة فيحصل على السلع الجيدة وبسعر مناسب وذلك لضخامة تلك المشتريات . هذا بالاضافة لما يتطلب اجراءه بخصوص بعض السلع من تهيئة مخازن خاصة او كراجات او ورش تصليح وادامة . لقد افاد تاجر الجملة تاجر المفرد بأن وفر عليه شراء السلع بكميات قليلة ثم عدم ارماقه بدفع ثمنها نقداً وبالطبع توسط تاجر الجملة بين المنتجين وتجار المفرد يؤدي الى زيادة الاسعار . لهذا لوحظ ان بعض تجار المفرد يتصلون بالمنتجين مباشرة للحصول على السلع فيحققون بذلك ربحاً مزدوجاً عند بيعهم للسلعة فهو يستفيد كتاجر جملة وتاجر مفرد ثم يمكنه من مزاحمة الآخرين المنافسين له ولكن غالبية المنتجين في العالم لا يحبذون البيع لتجار المفرد لأنه يربك اعمالهم لزيادة عدد وحدات الطلبات .

## ٢ - تجارة نصف الجملة :

ان هذا النوع من التجارة يجمع بين تجارة الجملة وتجارة المفرد ، فالتاجر يبيع بالمفرد كما انه يبيع بالجملة غير انه يفرق بالسعر عند بيعه بالجملة عن المفرد

فهو يربح ربحاً مزدوجاً إذ يستفيد كتاجر مفرد وتاجر جملة والسبب الذي يدعوه لذلك هو المحافظة على تحقيق التعاون بينه وبين عملائه تجار المفرد .

### ٣ - تاجر المفرد ( Retail Merchant )

هو الذي يشتري مختلف السلع المناسبة له من تجار الجملة او من المنتجين ولكن بكميات قليلة من كل سلعة ويوصلها للمستهلكين ببيعها بالمفرد لهم فهو يمثل آخر حلقة اتصال بين المنتجين والمستهلكين .

ان نجاح محل تاجر المفرد يتوقف على حسن اختيار الموقع للمحل وحسن معاملة الزبائن وانتقائه السلع ثم ان تنظم المحل وعرض السلع ومساك حساباته يقوم بها صاحب المحل نفسه غالباً فله الفهم وعليه الفهم . ويمكن ان نقسم تجارة المفرد الى قسمين :

#### ١ - تاجر المفرد الصغير هذا يكون :

أ - تاجر متجول      ب - التاجر الصغير ذو المحل الثابت .

#### ٢ - تاجر المفرد الكبير

(١) تاجر المفرد الصغير : - اوضحت المادة (٩) الفقرة (١) من قانون التجارة العراقي بأن التاجر الصغير هو الذي يعتمد على جهوده البدنية في الحصول على رزقه اكثر من اعتماده على رأسماله ويستوي في ذلك اذا كان للتاجر متجولاً او مستقراً في محل معين .

من الناحية التجارية لا يمكن الاستثناء عن تجارة المفرد لأنها تمثل آخر حلقة من حلقات البيع او التوزيع . ونقسم تجارة المفرد الى :

أ - التاجر المتجول الصغير : ان هذا التاجر يقوم بشراء سلع مختلفة ولكن

بكميات قليلة من كل نوع وعادة تكون من السلع السهلة النقل لحفة وزنها والتي يكون عليها طلب مستمر كالسكاير والصحف والمجلات فهو يجنب المشتري الجهد في سبيل الحصول على ما يريده منها .

ب - التاجر الصغير ذو المحل الثابت : يقوم هذا التاجر ببيع مختلف السلع وان تنوعها يتبع موقع المحل التجاري عادة . فالمحل الذي في الريف يحوي على سلع غير السلع التي توجد في محل يقع في منطقة سكانها من الطبقة المترفة في المدن .

ان اختيار المحل للتاجر يجب ان يكون بقرب المستهلكين او في مكانات تجمعهم كمناطق الباص الرئيسية كما ان نجاح المحل يتوقف على حسن معاملة صاحبه ومدى تعرفه بأبناء المنطقة ليحسن معاملة كل فرد بما يلائمه ثم انه قد يمكنه ذلك من البيع بالدين لبعضهم كما ان صاحب المحل هو المنظم لحساباته والماسك لدفاته .

٢ - تاجر المفرد الكبير : كانت تجارة المفرد في أول الأمر مقتصرة على المحلات الصغيرة أما اليوم فقد طرأ تطور كبير عليها وذلك في اوائل القرن العشرين إذ ظهرت منشآت تجارية كبيرة يمولها رأسمال كبير وبيع بالتجزئة وقد تباع بالجملة أيضاً وتتبع طريقتين في تنظيم أعمالها : (أ) محلات أقسام (ب) محلات متسلسلة .

#### أ - محلات الاقسام - المخازن العمومية : Department Stores

ان هذه المحلات يختار لها وسط المدن الكبيرة وتكون هذه المخازن واسعة ومكونة من عدة طوابق وبكل طابق عدة اقسام يشرف على كل قسم بائع او بائعة وعلى كل مجموعة من هؤلاء يشرف رئيس فهو المسؤول عن حركة البيع في قسمه ويشاطر قسم المشتريات عند اختيار السلع لانه اعرف بزبائنه من الناحية الفنية والعملية بحكم اتصاله المباشر بهم .

ان هذه المحلات تدار من قبل مدير عام يكون المشرف الرئيسي ويرجع اليه رؤساء الاقسام بمشاكلهم فهو المرجع الاخير لهم .

ثم ان هذه المحلات تتبع احدث ما توصل اليه فن الاعلان ولعرض السلع تخصص منافذ لتوضع عليها البضائع وترقم وترتب مواضعها داخل المتجر بموجب خرائط ترسم مسبقاً ثم يرسم لكل منضدة خريطة خاصة لمواضع السلع عليها كما ان هذه المخازن تستهدف تهيئة كل ما يمكن الحصول عليه من السلع لتجلب وتحقق رغبات اكبر عدد ممكن من المشتريين فلا يتكلفون عناء التفتيش عنها في محلات اخرى . وقد يوضع صندوق للاقتراحات ليكتب المشتري اسم السلعة التي طلبها ولم يجدها . وغير مثال نوردته لمثل هذه المحلات في العراق ( اورزدي باك ) .

#### ب - المحلات المتسلسلة Multiple Shops

تفتح هذه المخازن فروعاً لها في مختلف المناطق من المدينة او في القطر وتخضع جميع الفروع لادارة عامة واحدة وتنظم لها طريقة واحدة في البيع والعرض والاعلان دون ان تتدخل الادارة العامة في الشؤون الخاصة لكل فرع .

تتولى الادارة العامة تجهيز تلك المخازن بالسلع وبهذه الطريقة يتم التخلص من الوسطاء فيكون البيع باسعار مناسبة والاسعار واحدة في جميع الفروع . وغير مثال نوردته لما في العراق محلات باثا .

ان هذه المحلات سواء كانت تجارة المفرد الصغيرة او الكبيرة تتبع عدة طرق للبيع وتلخص بعض الطرق المشهورة :

- (١) طريقة البيع بالتقيد (٢) البيع بالاقساط وبالاجل (٣) البيع بالبريد (٤) منح الوكالات



## ١ - البيع بالنقد :

وهي طريقة معروفة في البيع وبسيطة ويفضل ان ينظم وصل بالمبلغ المقبوض لقاء ثمن البضاعة او فاتورة بالبضاعة المباعة تسلّم للمشتري وقد انتشر استعمال آلة مسجلة النقد فهي تسجل مفردات النقد المقبوضة وتجمعها في نهاية الوقت .

## ٢ - البيع بالاقساط وبالأجل :

يسمح للمشتري بهذه الطريقة الحصول على السلع الشبه ضرورية او الضرورية والغالية الثمن ويسدد ثمنها على شكل اقساط تدفع باجال معينة ويحرر عقد بكمبيالات ويفضل ان يصدق العقد لدى كاتب عدل وفي عقود البيع بالاقساط وقد يشترط ان يحتفظ البائع بملكية المبيع الى ان يتم دفع القسط الاخير ويظهر ذلك جلياً في بيع السيارات التي يخضع انتقال ملكيتها للعقود الشكلية ( أي محرراً وفق متطلبات القانون )  
ان اسعار البضائع التي تباع بالاقساط او بالاجل تكون اعلى من البيع في النقد لانه يجب على البائع ان يحسب الفوائد ومخاطر تأخير الدفع ويضيفها على السعر النقدي .

## ٣ - محلات البيع بالبريد

تقوم هذه المحلات بشراء السلع من المنتجين مباشرة وتبيعها للمستهلكين عن طريق البريد وذلك بتلقي الطلبات اما كرسائل او تلفونات .

ان هذه المحلات لا تستدعي الضرورة اختبار محل لها في الشوارع الرئيسية او وسط المدينة بل يكفي ان تنشر عنوانها بين اكبر عدد من الجمهور لتتمكن من الاتصال بها وقطيع اسعار سلمها وتنشرها ويشترط لتجاح هذه المحلات ان

تكون اسعارها مساوية لاسعار الباعة في السوق . ان هذه المحلات تستعين  
بوزعين يقومون بتوزيع السلع على المستهلكين في بيوتهم بمجرد الاتصال بها .

#### (٤) منح الوكالات :

يعهد بعض المنتجين بتوزيع منتجاتهم لوكلاء فقد يكون الوكيل عاماً او  
لمجموعة وكلاء في القطر وعادة ينظم بمنح الوكالة عقد يحدد واجبات وحقوق كل  
من الموكل والوكيل . هذا وتوجد طرق أخرى للبيع كالبيع بواسطة الجمعيات  
التعاونية وغيرها .

#### الفرق بين تجارة المفرد وتجارة الجملة :

- (١) تاجر الجملة يحتاج الى رأسمال اكبر من تاجر المفرد على الغالب .
- (٢) يختص تاجر الجملة بسلعة واحدة معينة او سلع لها علاقة مع بعضها ، اما  
تاجر المفرد فيبيع مختلف انواع السلع التي تناسب عمله .
- (٣) تاجر الجملة يبيع على اساس النأذج من سلمته المخزونة بينما تاجر المفرد  
يبيع السلعة المعروضة نفسها .
- (٤) تاجر الجملة لا يتطلب منه اختيار موقع لهله في الشوارع الرئيسية بينما  
عكسه تاجر المفرد .
- (٥) يكون لتاجر الجملة مكتب تعرض فيه النأذج أو المينات للسلعة التي  
يبيعها بينما تاجر المفرد يحتاج لتاجر للعرض ولبيع السلع المعروضة فيه .
- (٦) من السهل أن يبيع تاجر الجملة بالمراسلة وهو الغالب بينما تاجر المفرد  
يبيع بحضور المشتري .

## ١ - التجارة من الناحية الإقليمية

### أولاً - التجارة الداخلية :

وتشمل على العمليات التجارية التي تحدث داخل حدود القطر . وتتميز التجارة الداخلية بحرية مزاولتها وحرية نقل السلع داخل القطر دون أي عائق الا اذا وجدت محاذير قانونية تفرض لأسباب اقتصادية . مثل منع نقل الفحم من شمال العراق الى وسطه او الى الجنوب الا بكميات محدودة لفرض المحافظة على الغابات الموجودة . او لوجود أسباب اجتماعية تقيد امتحان الانحجار ببعض السلع مثل الخمر .

ان للتجارة الداخلية أهمية بالغة اذ هي تمكس صورة صادقة لما يبرع بانتاجه كل جزء من القطر . فمثلاً اشتهر جنوب العراق بزراعة النخيل والرز والوسط بالمحاصيل والشمال بالتبغ والنفط . فإن قل الانتاج في أي جزء من تلك الاجزاء تدرس مسبباته وتعالج .

### ثانياً - التجارة الخارجية :

بما لا شك فيه ان النظرية الاقتصادية التي كانت تدعو الى تنظيم التخطيط الاقتصادي للدول بان تتبع سياسة الاكتفاء الذاتي قد باءت بالفشل اذ كانت هذه النظرية تخامر رؤوس بعض الاقتصاديين قبل الحرب العالمية الثانية . وقد بدأ الاقتصاديون الآن بصممون التخطيط الاقتصادي للاستفادة من الموارد والمواد الأولية المتوفرة وتوجيه الطاقات لاستثمارها والتخصص في تلك الحقول وبهذا سيزداد الانتاج وكنتيجة حتمية ستقل كلفته والفائض منه يستبدل بسلع أخرى مفترق لها ويكون ذلك مع دول أخرى ويسود بهذا الرخاء للعالم اجمع .

ان التجارة الخارجية تقوم على اساس نقل البضائع خارج حدود القطر وتدعى هذه بالصادرات وادخال البضائع التي يحتاجها القطر وتدعى بالواردات.

من المواضيع المهمة في التجارة الخارجية الميزان التجاري الذي يمثل الواردات والصادرات المنظورة أي المسجلة في دائرة الكمارك واما الميزان الحسابي فيشمل الواردات والصادرات المنظورة وغير المنظورة . وتسمى الدول جاهدة ان تجعل الميزان الحسابي في صالحها .

## ٢ - الخدمات التجارية

بالنظر لتوسع التجارة إذ شملت كل جزء من أقسام المعمورة قد ظهرت بعض الاعمال لتسهيل التعامل التجاري وقد اعتبرت من الاعمال التجارية قانوناً ( م ١٤ ) ومن هذه الاعمال مثلاً : المصارف ، التأمين ، السمسرة ( الدلالة ) ، النقل ، المستودعات ، المقاولات .

## ٣ - الصناعة

الصناعة هي عملية تحويل المواد من حالة الى حالة أخرى او من شكل الى شكل آخر لزيادة المنفعة منها . مثل تحويل الصوف الى غزول ، والغزول الى نسج الخ ... ..

والامول للشاريع الصناعية يعتبر تاجراً .

\* \* \*

الباب الثاني  
أقسام المشروع التجاري



### نظام العمل في المتجر الكبير والمتجر الصغير

ان المتجر الصغير ينظم العمل فيه ويشرف على ادارته فرد واحد او عدد قليل من المستخدمين بحيث يقوم كل منهم بأكثر من عمل ولم تقتصر وظيفة المدير فيه على وضع السياسة للعمل وتحمل المسؤولية والتوجيه والاشراف بل تعدته الى الاشتراك الفعلي بالعمل مع المستخدمين لانجاز الاعمال ولا تزال هذه المتاجر محتفظة بكانتها حيث تقوم ببيع المواد الاستهلاكية .

أما المتجر الكبير فيمثل ظاهرة من ظواهر التركيز في تجارة التجزئة إذ يقوم بالعمل في المتجر عدد كبير من المستخدمين ويتخصص كل منهم في اداء عمل من اعماله المتعددة وفيه تعرض مختلف السلع التي يحتاجها المشترون من جميع الطبقات .

وبالنظر لامتاع أعمال مثل هذه المتاجر ينبغي ان تمين لها ادارة خاصة تضع الخطط اللازمة للتنظيم وتشرف على سير العمل وتطبق القرارات التي تتخذ بكل دقة حتى يكون بوسعها تثبيت أقدام المتجر ومن ثم السعي للتوسع تدريجياً .

ان التنظيم الذي ترمسه الادارة للمتجر له أثره البالغ عند تنفيذه ولهذا يطلب من القائمين بالادارة العمل دائماً على ادخال التحسينات والتطورات التي تماشي روح العصر الذي يعمون فيه وان يجري للتنظيم وفق قواعد ونظريات مرنة سهلة التعبير وان توزع الاعمال توزيعاً عادلاً ومميّناً حتى يمكن تحديد المسؤولية

عند التقصير وان يشجع النشيطون من المستخدمين والسعي لتلافي النقص في عددهم او عندما يترك أحدهم العمل وان يتعاون المدير مع مدراء الاقسام في استشارتهم بحل المشاكل التي تواجه المؤسسة . وتوزع الاعمال في المتجر الكبير على ادارات أهمها :

#### ١ - الادارة العامة :

ان المدير في المتجر بمثابة الرأس الأعلى فيه فهو المهيمن على جميع أقسام المشروع . وان سياسة المدير وحكمته لها علاقة وثقى في النجاح المتجر او فشله . المدير هو المثل الأعلى أمام المستخدمين لما يتسم به من دماثة الخلق وحسن التصرف حتى قيل ( ان الادارة الحسنة تتلافى بحسن تصرفها للامور عيوب المؤسسة ) فإذا وجد نقص في رأس المال او في عدد المستخدمين او صعوبات تواجه تصريف البضاعة فان الادارة الحكيمة كفيلة بسد هذه النواقص لذلك لا يصلح كل شخص ان يكون مديراً بل توجد صفات معينة ومزايا من المهنم ان تتوفر كلها او جلها في شخصه حتى يكون صالحاً للاضطلاع بمسؤوليات منصبه الكبير .

#### صفات المدير :

(١) سمو الخلق : من المزايا المهمة التي يتصف بها المدير هي تحليه بالاخلاق الفاضلة إذ هو المثل النموذجي الحي أمام المستخدمين ومن الاخلاق المدروحة له هي هدوؤه وان لا يكون عصبي المزاج وان يسعى جاهداً لحل المشاكل باستعمال عقله مع الاناة ويشوشا عند مواجهتها وان يرى المساواة بين المستخدمين محافظاً على حقوقهم محافظة تامة في جميع الحالات . وان يكون كتوماً لامرار المؤسسة .

(٢) الثقافة التجارية : من الامور المسلم بها هي ان يكون المدير مثقفاً ثقافة



تجارية تمكنه من مشاطرة مدراء الأقسام في مشاكلهم وفي اقتراحاتهم كما يجب ان يكون ملماً بقوانين البلاد لكي لا يحصل المؤسسة تقصع في مخالفة قانونية تستوجب محاسبتها .

(٣) الحزم وقوة الارادة : ان يكون المدير حريصاً على ان يرى تعليماته تنفذ بدقة . وان لا يكون متردداً عند اصدار الاوامر . وان لا يطلب من المستخدمين القيام بأعمال فوق طاقتهم ويخلق جواً من المشاكسات والمخالفات التي لا يوجد لها ما يبررها .

(٤) صحة الجسم وسلامة البنية : ان يكون صحيح الجسم لأن الواجبات الملقاة على عاتقه صعبة . ثم ان المدير الضعيف البنية عرضة للمرض غالباً . فهذا يدعوه للتخلف عن الدوام وربما يكون ذلك مدعاة للتسيب والامهال .

(٥) ان يكون قوي الذاكرة بقطاً منتهزاً للفرص .

وخلاصة القول لا بد ان تتوفر في المدير صفات خاصة ابرزها الكفاية وهي تشمل الفطنة والذكاء وصدق الحكم والقدرة على التحليل وحسن التصرف والرغبة في العمل والسعي المتواصل للنجاح ثم المهارة في التغلب على الصعوبات وما يواجهه من مفاجآت غير منتظرة .

## ٢ - ادارة السكرتارية ( السكرتير الخاص والسكرتير العام )

يحتل السكرتير في المؤسسات الفردية والشركات التجارية مركزاً رئيساً في المؤسسة إذ هو حلقة الاتصال بين المدير العام والادارات الأخرى المختلفة فعليه ان يكون كنومساً لأسرار العمل مطلعاً على جميع الاقسام عارفاً لاسرار المستخدمين وتناط بالسكرتير الخاص الاعمال التالية :

(١) مقابلة العملاء حيث تخصص له غرفة خاصة . وذلك للتعرف على

مشاكلهم . ومن يستدعي أمره مقابلة المدير يسمح له بذلك وفي الوقت المناسب وعادة ينظم بطاقات تحتوي البطاقة على اسم الزبون والفرس من الزيارة والتاريخ .

(٢) مسك دفتر خاص لمواعيد المدير وتنبه اليها كلما حل موعد منها . كما انه يطالع ما تنشره الصحف وما يخص المؤسسة يؤثر عليه ويعرضه للمدير للاطلاع عليه .

(٣) تسليم البريد اليومي وفتحه وتوزيعه على الادارات .

#### اما اهم واجبات السكرتير العام فهي :

(١) تنظيم ساعات العمل . واصدار التعليمات الخاصة في ضبط الدوام . وذلك إما باستعمال ساعة ضبط الوقت او يستعمل دفتراً خاصاً يوقع به المستخدمون في بداية الدوام وعند الخروج بانتهائه . على ان يرفع بعد بداية الدوام بوقت قصير يتفق على تحديده على ان لا يزيد على ربع ساعة .

(٢) توزيع الاعمال على المستخدمين وتنظيم اضبارة خاصة لكل واحد يحفظ فيها كل ما يصدر من الاوامر بخصوص ذلك المستخدم .

(٣) تمييز طريقة توزيع العمل كلما تغيرت الظروف حسب الحاجة لسكي يتمكن كل مستخدم من الالمام بعمل غيره حتى لا تقف الاعمال في حالة غياب او مرض احدهم .

(٤) الاشراف على ترتيب محلات المستخدمين وتنسيق جلوسهم حسب مقتضيات روتين العمل مع رعاية المحافظة على المجال بينهم ليسهل عليهم التنقل .

(٥) تنظيم بطاقات الدعوة لاجتماع أعضاء مجلس الادارة او الهيئة العامة في

الشركات على ان يراعى متطلبات احكام قانون الشركات بهذا الخصوص .

(٦) حضور جلسات تلك الاجتماعات وتسجيل وحفظ جميع القرارات التي تتخذ فيها وابلإغ مسجل الشركات بها حسب متطلبات احكام قانون الشركات .

(٧) تنظيم طريقة تصنيف الرسائل وحفظها باعتبار انها وسيلة يمكن ان يعتمد بها قانوناً في الالاباث وقد ازم القانون التجاري مسكها . حفظها ( م ٤٧ ف ٣ ) .

### ٣ - ادارة المشتريات :

عرفنا مما سبق بأن التاجر يقوم بشراء السلع قاصداً بيعها ومتوخياً من ذلك الارباح التي ستدرها عليه تلك العمليات . ومما لا مراء فيه ان كل شخص بمقدوره دفع الثمن يتمكن ان يشتري ، أما البيع فعلى العكس من ذلك إذ هو يتميز بالصعوبة لأن الذي يشتري لأجل ان يبيع يجب ان يستهدف تحقيق رغبات عملائه في الذي يشتريه ومن هنا تظهر أهمية عملية الشراء فالعملية الناجمة تؤدي الى نجاح المؤسسة للبيع ولهذا تخصص لها ادارة خاصة وقد تلحق اعمال ادارة المشتريات في المنشآت الصغيرة بإدارة المبيعات حيث يشرف المدير العام على عمليتي الشراء والبيع .

ان من أهم احوال مدير المشتريات :

(١) ان يكون على اتصال دائم بالسوق للتعرف على سعر السلع او ظهور سلع جديدة مبتكرة ومنافسة للسلع التي يعرضها حتى يمكنه متابعة الوقت وتحديد الثمن حسب سعر السوق ويمكنه ان يحقق ذلك في الاتصال بتجار الجملة او وكيل المنتج ويتعرف على هؤلاء من :

أ - الدليل التجاري : إذ يوجد لكل غرفة تجارة دليل يحوي على اسماء

وعناوين المصانع والشركات والاشخاص الذين يتاجرون بمختلف البضائع .

ب - المجالات التجارية ويستحسن ان يشترك في المجالات المهمة منها .

ج - الممثل التجاري إذ يوجد بكل قنصلية او سفارة اجنبية ممثل تجاري .

د - المعارض المحلية والدولية :

(٢) التقويم الشرائي : - نظراً لاختلاف الفترات التي ترتفع او تنخفض فيها القوة الشرائية للمستهلكين فان تيار البيع لا يجري على سنة منتظمة واحدة ففي معظم المتاجر تكون اوقات الاعياد وفي فصل الربيع اكثر حركة من باقي الاوقات فيحتاط لها وذلك بالاحتفاظ بوجودات البضائع المناسبة لذلك الطلب ويتجنب الشراء بعد فوات الأوان وان يتبها قبل موعد الاقبال عليها بفكرة مناسبة وان يعرف المواسم الخاصة لهبوط اسعار بعض السلع كالحاصلات الزراعية فتشترى بمواسمها .

(٣) شراء بضاعة بقدر الحاجة كي لا يحمل قسم من رأسمال المؤسسة عاطلاً في بضاعة مخزونة . وعليه يجب ان يتصل بمدير المبيعات ليبين له المطلوب من كل صنف ويتصل بمدير المخازن ليرى الموجود .

(٤) الاتصال الدائم بشركات النقل لمعرفة تاريخ اقلاع او وصول الوساطة لكي يمكن مدير المخازن تهيئة المكان اللازم لحزن البضاعة حين وصولها .

(٥) يطابق فواتير الشراء مع المال المشتري وموافقتها لشروط التعاقد لأن البائع يضمن ما قد يظهر في المبيع من عيوب . ويحوز انت تكون العيوب في المال ظاهرة وقد تكون خفية . فاذا كان العيب ظاهراً حين تسليم المبيع فعلى مدير المشتريات ان يخطر البائع خلال يومين بذلك اما اذا كان العيب غير ظاهر ( عيب خفي ) فقد حدد القانون ثمانية ايام التالية ليوم تسليم المبيع . وبذلك

يحتفظ بحقه القانوني والا فيعتبر قد قبل المال على عيوبه . وان يتأكد كذلك من صحة العمليات الحسابية في تلك الفواتير .

#### ٤ - إدارة المبيعات :

بما لا شك فيه هو ان البيع الغرض الرئيسي الذي تستهدف المنشأة التجارية نجاحه بل قامت من اجله . وعليه فادارة المبيعات تعتبر من اهم الادارات وعلى هذه الادارة يتوقف نجاح المنشأة . واهم الوسائل التي تتبع لتحقيق ذلك هي :

(١) وضع الخطط اللازمة للاكثار من البيع اذ تستهدف تقديم السلع للزبائن بالاثمان التي يمتقدون انها موافقة ومعقولة . والحرص كل الحرص للمحافظة على الزبائن القدامى وذلك باعطائهم العناية الكافية وكسب رضاهم والسعي لجذب زبائن جدد بواسطة الدعاية وحسن المعاملة . وارسال وكلاء لشرح محسنات السلع لاصحاب المحلات .

ويجب دراسة النواقص الموجودة في السلع وبذل الجهد لتلافياها ، كما ويجب ابتكار وسائل مختلفة للبيع واختيار المناسبات وان لا تدع فرصة تمر دون الاستفادة منها ، فمثلا البيع بالتزيلات او منح للمشتريات بمبالغ معينة كما ويجب تمعقب جميع المناقصات لطلب الشراء للاشتراك فيها .

(٢) وضع نظام دقيق يتبع داخل المتجر لبيع البضاعة ويستهدف فيه تجزئة عملية البيع وحصر المسؤولية . وذلك لمنع وقوع الخطأ والمحافظة على اموال المنشأة من فقدان .

ويتألف هذا النظام من عمليات صغيرة متماقبة تبدأ من :

- أ - استقبال الزبون من باب المتجر . ب - ارشاده الى القسم الذي يريده
- ج - عرض البضاعة عليه بلباقة وتبيان محسناتها . د - اقناعه من ناحية الصنف

والثمن ( يفضل ان تسعر جميع السلع ) ه - كتابة الفاتورة وتسليمه النسخة الاولى منها . و - دفع الثمن ويفضل تهيئة اجزاء العملة . ز - لف السلعة وحزمها . ح - تسليمها اليه .

اما اذا كان المتجر كبيراً فالمشرف على القسم يتسلم موجودات قسمه مع آلة تسجيل النقد ويحاسب في نهاية اليوم عن مقبوضاته ويتسلمها المحاسب منه لقاء وصل .

(٣) عرض البضاعة : تعرض البضاعة للجمهور من نوافذ المتجر وفي داخله فيجب ملاحظة تنسيق العرض ( سنشرح ذلك تفصيلاً في الاعلان ) كما يجب ملاحظة نظافة المؤسسة ونظافة السلع .

(٤) تعيين عمال البيع وتدريبهم والاشراف عليهم ومنح عمولات لهم بنسبة مبيعاتهم .

(٥) تنظيم طلبات الشراء وارسالها لمديرية المشتريات على ان يشار الى الانواع والالوان المطلوبة والتي يميل لها الزبائن .

(٦) تحضير الاحصائيات الخاصة بالبيع لتنسيق الاعمال على ضوءها .

#### ه - ادارة الحسابات :

الزم القانون التجاري التجار بمسك الدفاتر التجارية حسب الاصول القانونية المطلوبة وذلك لما للدفاتر التجارية من أهمية بالغة لتمكين التاجر من معرفة ما له وما عليه . فيقتضي الامر اختيار محاسب قدير يقوم بتزويد باقي المديرية بالاحصائيات المطلوبة وهو المرشد المالي لاصلاح طريق يمكن اتباعه للحصول على الربح وهو الغاية المنشودة وعليه تناط بهذه الادارة الاعمال التالية :

(١) مسك الدفاتر التجارية للمؤسسة بالطريقة الفنية وحسب الاصول

القانونية .

(٢) تدقيق قوائم طلب الشراء ومن ثم تدقيق فواتير الشراء الواردة لتأييد صحة الصرف .

(٣) تدقيق فواتير البيع يومياً للتأكد من صحة المدون فيها .

(٤) دراسة كل مشروع او فرع جديد من الوجهة المالية واستبعاد كل مصروف فاشل .

(٥) تنظيم كشف حساب لكل عميل في فترات زمنية معينة

(٦) تنظيم الميزانية العمومية في نهاية السنة المالية للمؤسسة وعليه يجب ان يكون مدير الحسابات الذي يرأس هذه الادارة ذا صفات وخبرات معينة وهي :

(١) ان يكون فاعماً لاصول علم المحاسبة ومك الدفاتر .

(٢) ان يعرف جميع اقسام المؤسسة لكي ينظم الحسابات حسب مقتضيات العمل .

(٣) ان يكون كتوماً لأمرار المؤسسة في اثناء اشتغاله او بعد تركه لها .

(٤) ان يكون غلصاً نزهاً حسن السيرة والاخلاق .

٦ - ادارة المستخدمين - اللاتية :

تقوم المنشأة الكبيرة بتخصيص ادارة خاصة تدعى ادارة المستخدمين . ومهمة هذه الادارة النظر في شؤون المستخدمين والعمال ولا تخصص مثل هذه الادارة الا اذا كان عدد المستخدمين كبيراً والافتوزع اختصاصاتها بين باقي الادارات على ان تتحمل ادارة المحاسبات العبء الاكبر . ان من أهم واجبات ادارة المستخدمين هي :

(١) مسك اضبارة خاصة ( قابل ) بكل مستخدم ، وترتب وتصنف تلك الاضابير وفق احدث الطرق ليسهل الرجوع اليها .

(٢) اختيار المستخدمين او العمال الجدد لملء الشواغر ويكون ذلك في

أ - ترقيع القدماء الذين أثبتوا كفاءة ومقدرة .

ب - عن طريق نشر اعلان يتضمن الشروط المطلوبة في المستخدم .

ج - عن طريق مكاتب الاستخدام او النقابات او الوزارة المختصة .

د - الاتصال بالمعاهد المهنية لترشيح من تراه لائقاً . وعلى ان يتم التعيين بعد اجراء المقابلة .

(٣) دراسة التقارير التي ترد عن كل مستخدم من ادارته لكي يثاب او يعاقب من يستحق كما تشرف على قسم التدريب .

(٤) ملاحظة الناحية الصحية في محل العمل . وطلب تعيين طبيب مقيم او يزور المؤسسة يرمياً في ساعة توقف العمل لاعطاء العلاجات للمرضى من العمال او فحص الجدد منهم . وكذلك مراقبة تهوية المتجر وتوفير التدفئة والتبريد المناسبين وملاحظة نظافة المتجر بحيث يكون جوه باعناً على السرور كما تبدو على مسرحة روح العمل والجد المتواصلين لأن المستخدم المشغول اكثر اعتباطاً من الكسول .

(٥) الاشراف على قسم الخدمات الاجتماعية كتأسيس جمعية تعاونية او نادي او القيام بسفريات او تنظيم فرق ألعاب رياضية الخ ...

(٦) ابداء رأيا في المشاكل القانونية بخصوص قانون العمل او الضمان الاجتماعي

(٧) ملاحظة اوقات الدوام وتنظيم بطاقات العمل او تنظيم دفتر الدوام ليقع فيه كل مستخدم عند دخوله وعند الخروج في نهاية الدوام او استخدام آلة مسجلة الوقت اذا كان عدد المستخدمين كثيراً إذ تخصص لكل مستخدم بطاقة كما في الشكل (١) فعند دخوله المؤسسة يأخذ البطاقة ويدخلها في



بطاقة تنظيم وقت

مصلحة نفط العراق

اسم العامل رقم		التاريخ			
الايام	من	الى	من	الى	من
١٦					
١٧-١					
١٨-٢					
١٩-٣					
٢٠-٤					
٢١-٥					
٢٢-٦					
٢٣-٧					
٢٤-٨					
٢٥-٩					
٢٦-١٠					
٢٧-١١					
٢٨-١٢					
٢٩-١٣					
٣٠-١٤					
٣١-١٥					
الدوام الاعتيادي	ساعات	الاجور		المجموع	
		فلس	دينار	فلس	دينار
الساعات الاضافية					

شكل رقم (١)

الفتحة المخصصة لها في الآلة فتطبع عليها الساعة والدقيقة بحقل التاريخ  
المخصص ويقوم بنفس العملية عند الخروج ، فإذا كان العامل متأخراً تطبع  
بلون احمر وفي نهاية الشهر تجمع البطاقات وتحسب الاجور عليها واليك  
نموذجاً لبطاقة الوقت في صفحة ٣١ .

## ٧ - ادارة المخازن :

تخصص المنشآت الكبيرة مخازن لها إذ لا يمكن تكديس جميع البضائع في  
المتجر لأنه لوكدست تشوه جمال العرض للبضائع كما ان كلفة ايجار المعارض  
المخصصة للبيع تكون عالية فيؤجر مخزن بأجر زهيد توضع فيه البضائع الفائضة  
وقد تلحق ادارته بإدارة المشتريات او يعين له مدير خاص . وتناط به واجبات  
وهي تنظيم بطاقات المخزن Bin Card ويسلم جميع محتويات المخزن بموجب قوائم  
جرد اصولية فتعمد اليه مسؤولية حفظ تلك الموجودات ويتبع نظام دقيق في  
ادخال البضائع واخراجها وذلك بأن :

(١) لا يسمح بدخول بضاعة الى المخزن الا بعد الاطلاع على فواتير الشراء  
ومقارنة البضاعة الداخلية مع الفواتير وعلى ان يتم ذلك خلال يومين من تاريخ  
تسلم البضاعة إذ ربما بها عيب ظاهر يمكن مراجعة البائع به وحفظ حقوق المنشأة  
من الوجهة القانونية كما تطابق موجودات تلك الفواتير مع قوائم طلب البضاعة  
واذا كانت البضاعة مطابقة توزع على خزائنها .

(٢) لا يسمح باخراج بضاعة الا بعد تسليم قوائم طلب بضاعة ويلاحظ توقيع  
مدير القسم على ذلك الطلب وينظم بالبضاعة الخارجية فاتورة خاصة .

(٣) لا يسمح بدخول أي شخص الى المخزن الا الذين يسمح لهم بالدخول  
ويصمم طريق الدخول الى المخزن بحيث يدعو الى تحقيق تلك الغاية .

(٤) ان يقوم بمجرد المخزن ومطابقة موجود البضاعة مع الموجود على  
البطاقات .

وهذا نموذج لبطاقة مخزن مع الشرح لبعض البيانات التي فيها .

التسلسل					الشركة الافريقية ش. م. م.				
اسم السلة					الخزانة				
رقمها					السعر				
طرازها					الحد الاعلى				
					الحد الادنى				
من	الى	الرصيد	التاريخ	رقم القائمة	الملاحظات				

التسلسل : تسجل جميع البطاقات بأرقام متسلسلة ويفضل ان تطابق بتسلسلها ارقام صفحات دفتر استاذ المخزن .

رقمها : لاجزاء كل آلة أرقام يظهرها الكتوك الخاص بها وترتب البطاقات في الخزانة بتسلسل هذه الأرقام .

الحد الأعلى : وهو اقصى عدد يمكن ان يحتفظ به ويعرف هذا العدد بالتجربة والتخمين .

الحد الأدنى : وهو أقل عدد من الوحدات يحتفظ به حتى يتم الطلب وتصل البضاعة المطلوبة للمخزن .

## عمليات الشراء والبيع

### المستندات المستعملة في البيع والشراء في التجارة الداخلية

علنا بما سبق ان المنتجين يفضلون بيع سلعهم الى تجار الجملة وهؤلاء بدورهم يقومون بتوزيعها لتجار المفرد ولكل من هذين النوعين من التجارة مستنداته التي يستعملها وذلك بالنسبة لسعة اعمال كل نوع ومتطلبات العمل نفسه . ويجري التعامل بين مختلف الاطراف بمقود قد تكون محررة او غير محررة وتشمل هذه المقود على شروط يجب ان لا تغفل عند عقد الصفقات التجارية ومن الأمور الهامة التي يجب الاتفاق عليها هي :

(٢) شروط تسليمها

(١) صنف البضاعة

(٤) السعر

(٣) شروط الدفع

(١) صنف البضاعة :

تعين البضاعة المتعاقد عليها بـرجب العينة او النموذج او المسطرة - في الأقمشة - او الكتلوك او بالعلامة المسجلة او بالوصف .

## (٢) شروط التسليم :

قد لا تكون البضاعة جاهزة عند التعاقد فيتفق على تسليمها بعد مدة معينة ومدة التسليم قد تؤثر على سعر السلعة إذ كلما طالقت قد يتسامح البائع بالسعر . ويتفق على محل تسليمها أيضاً إذ كلما بعد محل تسليمها عن محل البائع كلما زادت كلفتها ويتحمل المشتري جميع مصاريف تسليم المبيع كالوزن والكيل ما لم تكن مقابولة او عادة تجارية تخالف ذلك . (م ١٤٧)

وأهم الشروط المتبعة في التسليم هي :

١ - تسليم محل البائع (Loco) ويقصد به ان البضاعة تسلّم للمشتري في محل البائع فسعرها المعروض لا يتضمن اية مصروفات اخرى ، فإذا قام البائع بصرف نفقات نقل او تغليف او غيرها يتحملها المشتري ويظهر ذلك مفصلاً بالفاطورة مضافاً على قيمة البضاعة ، اما من حيث تبعة الهلاك المال وتلفه فان البائع يكون مسؤولاً عن تبعة الهلاك ما دامت البضاعة في غازنه ولم تفرز فاذا فرزت او حملت وهلكت يتحمل تبعة الهلاك المشتري (م ١٥٣) .

٢ - تسليم محل المشتري (Franco) وفي هذا النوع من البيع يتحمل البائع جميع النفقات حتى تصل البضاعة الى محل المشتري . وعادة يكون للبائع وكيل في مدينة المشتري لينوب عنه بتسليم البضاعة وإيصالها الى محل المشتري ولا يظهر في فاتورة البيع اية مصاريف سوى قيمة البضاعة ، واما بخصوص تبعة الهلاك فيتحمل البائع او وكيله مسؤولية تبعة الهلاك حتى تصل البضاعة لمحل المشتري ويتسلّمها سالمة منه .

## (٣) شروط الدفع :

يدفع ثمن البضاعة حسب الاتفاق ويكون إما نقداً او بالخصم ( تجاري ، تمجيد دفع ) او بعد مدة من استلام البضاعة او بالدين او بالاقساط . وبالطبع لكل طريقة دفع مزاياها .

#### (٤) السعر :

السعر يختلف سعر البضاعة باختلاف شروط التسليم ويحدد السعر عند التعاقد ويجب ان يلاحظ نسبة الخصم الذي يستحق إذا كانت هناك نسبة معينة تعطى للمشتري ونوع العملة المطلوبة في الاستيراد دولار او استرليني .

#### الاوراق والمستندات المستعملة في البيع والشراء

لكل مؤسسة اسلوب خاص في تنظيم اوراقها ومستنداتها غير انها جميعاً لا تختلف من حيث الاساس اذ تشمل :

#### (١) رسالة طلب الاسعار ( الاستفسار )

Enquiry وهي الرسالة التي يحررها المشتري يطلب فيها من البائع اسعار البضائع المطلوب شراؤها وشروط التسليم والدفع ولا بأس من ان يذكر فيها الكمية المطلوبة لأنه اذا كانت الكمية المطلوب شراؤها كبيرة تؤثر على السعر . ورسالة الاستفسار هذه لا يلزم بها المشتري قانوناً . واليك نموذجاً لرسالة استفسار .

#### مخزن التساهل

تلفون ٨٦٤٥١

شارع الرشيد

العدد ٦٢

ص. ب. ١٢٨

بغداد

التاريخ ١٠/٣/١٩٦٧

ع. ب. التساهل

المراق

كتابتنا

كتابكم

السيد مدير مصلحة التمليب في كربلا المحترم

بعد التحية ،

يرجى التفضل بتزويدنا بآخر أسعار المبيعات التالية وكذلك شروط الدفع والتسليم :

٧٥ درزن علبة مربيات مشمش وتفتح وتين . ونأمل أن يردنا جوابكم بأقرب فرصة ولكم منا جزيل الشكر .  
التوقيع

محمد عبد الحسين

صاحب مخزن التساهل

### (٢) رسالة التسمية :

Quotation وهي الرد على الرسالة السابقة وينظمها البائع ويكون البائع ملزماً بما ورد فيها قانوناً فيجب أن تراعى الدقة في تحريرها . وقد يرفق معها قائمة بأسعار مختلفة للبضائع الموجودة لدى البائع وشروط الدفع والتسليم .

### (٣) رسالة طلب البضاعة :

Order إذا حازت محتويات رسالة التسمية رضا المشتري فيحور له رسالة طلب البضاعة وفق ما ورد من شروط في رسالة التسمير ويذكر فيها ايضاً مؤكداً على الصنف والكمية وشروط الدفع والتسليم .

### الفاتورة :

Invoice هي بيان ينظمه البائع للمشتري بعد اتمام صفقة البيع وتنظم بعدة نسخ حسب متطلبات روتين العمل لدى البائع فتعطى النسخة الأولى للمشتري أو ترسل له بالبريد وإذا ابردت له يفضل ان ترفق مع رسالة. تحتوي الفاتورة على البيانات التالية :

(١) اسم البائع والعلامة المسجلة ان وجد وما لديه من وكالات او انتاج أو سلع جهد الامكان .

(٢) عنوانه مفصلاً والعنوان البرقي وصندوق البريد والتلفونات واللغة الاصطلاحية والمصارف .

(٣) رقم الفاتورة .

(٤) التاريخ .

(٥) اسم المشتري وعنوانه .

(٦) قيمة كل سلعة وكميتها وسعر المفرد منها ويفضل ان يفصل بين المبلغ الكلي والجزئي حقل التفاصيل .

(٧) المجموع رقماً وكتابة .

(٨) الخصم إذا وجد أو اتفق عليه .

(٩) التوقيع .

(١٠) تذييل الفاتورة بعبارة ( الخطأ والسهو مرجوع ) واليك نموذجاً لفاتورة تجارة أقمشة . مسح العلم ان البيانات التي تثبت في الفواتير تختلف أنواع التجارة واحدة من حيث الأساس وإذا وجد اختلاف فالاختلاف جزئي .

### اشعارات التسوية : Debit & Credit Notes

قد يحصل خطأ بعد شحن البضاعة وقد يكون ذلك الخطأ لصالح المشتري أو ضده . كما ان هذه الاشعارات ترسلها المؤسسة الى عملائها كلما اتت معهم عملية ما في حساباتهم الجارية وعلى كل فالبايع هو الذي ينظم الاشعارات .

#### (١) الاشعار المدين : Debit Note

يرسل هذا الاشعار من قبل البائع في الحالات التالية :





- (١) اكتشاف ان الكمية الميينة في الفاتورة المرسلة أقل من الكمية المرسلة فعلا . كالو جهاز المشتري ٧٤ وحدة وسجلت في الفاتورة ٤٧ .
- (٢) اكتشاف ان السعر المثبت في الفاتورة أقل من السعر المتفق عليه .
- (٣) اكتشاف خطأ حسابي جعل مبلغ الفاتورة أقل مما يجب .
- (٤) عدم درج بعض المصاريف التي انفقت على البضاعة كما يجب أن يتحملة المشتري . واليك نموذجاً لاشعار مدين :

شركة السمنت العراق ( ش . م . )		
العدد	تلفون :	
التاريخ	ص . ب .	
	ع . ب .	
حضرة السيد محمد سعيد الحلبي المحترم .		
حالة		
قيدنا على حسابكم		
المبلغ	البيان	
فلس	دينار	
—	١٠	قيمة نولون سكة الحديد للبضاعة التي شحنت اليكم بتاريخ ... وفاتورة رقم
—	١٠	فقط عشرة دنانير لا غيرها
		التوقيع

#### (٢) اشعار الدائن : Credit Note

يكون هذا الاشعار من حيث الحجم والتنظيم كالاشعار المدين ويطبوع على ورق أحمر ليميزه عن الاشعار المدين . وينظم هذا الاشعار :

- (١) اكتشاف ان الكمية المرسلة للمشتري أقل من الكمية المطلوبة والمذكورة في الفاتورة .
- (٢) اكتشاف ان السعر المثبت في الفاتورة أعلى من السعر المتفق عليه .
- (٣) ادراج بعض المصاريف التي انفقت على شحن البضاعة والاتفاق على ان يتحمل البائع تلك النفقات .
- (٤) اعادة المشتري جزءاً من البضاعة لسبب ما كتنلفها أو مخالفتها للصنف .  
واليك نموذجاً لاشعار دائن :

شركة سميت الرافدين - موصل - ( ش.م.م ) رأس المال ١,٢٠٠,٠٠٠ دينار	
العدد ..... التاريخ .....	تلفون ..... ص.ب. .... ع.ب. ....
حضرة السيد ..... قيدنا لحسابكم ..... التوقيع .....	

#### الكشف الحساب : The Statement of Account

لقد اصبح البيع في الدين من الأمور الاعتيادية حتى انه طغى التعامل به على كافة الأنواع ولهذا فان الأخذ والعطاء المستمرين جعللا كلا من البائع والمشتري بحاجة لمعرفة رصيده .

وقد جرى العرف بأن يرسل البائع في آخر كل شهر كشفاً لكل مدين يبين فيه العمليات التي تمت معه خلال الشهر . والمصارف تنظم الكشف شهرياً

وبعضها يرمياً أي كلما يتحرك الرصيد سواء في السحب أو الإيداع وقد ادخلت الآلات الحاسبة لتنظيم الكثوف .

ان الغرض من ارسال الكشف الشهري هو :

(١) تحديد موقف المشتري إزاء البائع بمراجعة دفاتره والتأكد من صحة القسود.

(۲) تذکیر المشتري بما عليه من دين لیسده .  
والک غرضها لکشف حساب :

شركة استخراج الزيت النباتية - بغداد - (ش. م. م. ٥٠٠)

رأس المال ١,٠٠٠,٠٠٠ دينار

رقم صفحة الأستاذ .....  
تلفون .....  
التاريخ .....  
ص. ب .....  
ع. ب .....  
المحترم السيد .....

التاريخ	التفاصيل	الرصيد	له	منه
		فلس دينار	فلس دينار	فلس دينار
لا غير	فقط			

يرجى الاعتراض خلال عشرة أيام من تاريخ تسلمكم الكشف وبمكس يمتد الحساب صحيحاً

التوقيع

طرق سداد الديون الناشئة عن العمليات التجارية الداخلية

تسدد الديون التي تنشأ بين التجار بطرق عدة أهمها :

- (١) التسديد نقداً .
- (٢) الجكوك - الصكوك .
- (٣) الكمبيالات - السندات للأمر - والحوالص .
- (٤) الحوالات المصرفية والبريدية .

١ - التسديد النقدي Cash

وهي طريقة معروفة وشائعة وعادة تكون إذا كان للبائع وكيل متجول يجمع الديون ولهذه الطريقة عيوب كثيرة منها :

- ( أ ) تكليف البائع بتعيين وكيل - جاني - يتجول على المدينين وهذا مما يؤدي الى زيادة كلفة السلعة المباعة .
- ( ب ) تعرض النقود المقبوضة من قبل الجاني للسرقة والضياع ويجب ان ينظم وصلاً بالمبلغ المقبوض من المدين واليك نموذجاً لوصل :

شركة	
العدد	تلفون
التاريخ	ص ب
ع. ب	دينار
فلس	لا غير
وصل من السيد	فقط
وذلك	التوقيع

## ٢ - التصديق بالجكوك

ان ايداع النقود في المصارف أصبح في العصر الحاضر أمراً اعتيادياً لما في ذلك من ضمان وسهولة في السحب ويكون الايداع بتنظيم قسيمة ايداع-فيشة- بنسختين وهذه القسيمة يجهزها المصرف للمودعين على شكل دفتر وكذلك يعطى للمودع دفتر جكوك .

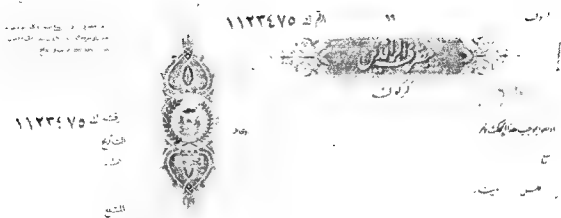
عند الايداع يملأ المودع القسيمة بالمبلغ المطلوب ايداعه ويسلمها مع النقود الى أمين الصندوق فيختتمها ويوقع. والنسخة الثانية تعاد للمودع ليحتفظ بها اذ تعتبر وصلاً . واليك نموذج لقسيمة ايداع ( للنقود والجكوك ) :

اما السحب فيكون بواسطة الجكوك وذلك بتقديمه للصرف من قبل الحامل وتظهر له فيتسلم ( فيشة ) قطعة معدنية مرقعة وينتظر فترة قصيرة لتدقيق الحساب والبيان في الجك ثم ينادي أمين الصندوق برقم الفيشة ليتسلم حاملها مبلغ الجك . ودفتر الجكوك يجهزه المصرف للمودع .









وفصل الجك عن الكعب بعد املانه ويسلم للمستفيد .

### رفض الجك :

قد يرفض المصرف دفع قيمة الجك وذلك للأسباب التالية :

- (١) اذا كان فيه بياناً الزامياً ناقصاً . مثل عدم وجود توقيع أو مبلغ .
- (٢) اذا كان رصيد الساحب غير كاف . إلا إذا كان هناك اتفاق مسبق بين الساحب والمصرف - سحب على المكشوف .
- (٣) إذا وجد فيه شطب أو مسح أو تمزيق .
- (٤) إذا كان محمراً بالقلم الرصاص .
- (٥) إذا ورد اخطار من الساحب بإيقاف صرف الجك ويحق للمصرف عدم صرفه إذا مضت عشرة أيام على تحريره أو شهر إذا كان بلد التعرير غير بلد الدفع .
- (٦) إذا لم يتمكن المستفيد من اثبات شخصيته ..

### التسطير في الجك : Crossing Cheque

التسطير معناه رسم خطين متوازيين على وجه الجك وذلك لكي لا تدفع قيمته بل تسجل في الحساب الجاري الخاص بالحامل دفعاً للضياع أو التزوير ، والتسطير نوعان ، عام وخاص .

#### التسطير العام :

الجك المسطر تسطيراً عاماً يحق للمستفيد فيه ان يقدمه لأي مصرف له فيه حساب جاري فيسجل في حسابه ويكون التسطير العام برسم الخطين على وجه الجك وقد يكتب عبارة بين الخطين مثل - وشركاه ، أو غير قابل للتحويل - أو لا يكتب شيء ويمكن جعل التسطير العام خاصاً بأن يكتب بين الخطين اسم المصرف واليك نموذجاً للتسطير عام .



#### التسطير الخاص :

يرسم الخطان على وجه الجك ويكتب فيها اسم المصرف الذي يجب أن يقدم اليه الجك ولا بد أن يكون للمستفيد حساب جاري بذلك المصرف لكي

يسجل حسابه واليك نموذجاً من هذا التسطير .  
ويرفق اليك برسالة عند ارساله من المدين الى الدائن واليك نموذجاً لرسالة  
تعزير :

شركة الصناعات المراقية ( ش.م. )  
رأس المال ٥٠٠,٠٠٠ دينار

العدد :- تلفون :  
التاريخ :- ص. ب :  
ع. ب :

الى السيد \_\_\_\_\_ المحترم

بعد التحية

نرفق طياً اليك المرقم \_\_\_\_\_ والمؤرخ في \_\_\_\_\_  
مسحوباً على مصرف \_\_\_\_\_ بمبلغ \_\_\_\_\_ تسديداً  
لقوائمكم المبنية تفاصيلها في أدناه .  
يرجى استلام المبلغ وارسال وصل موقع على طابع مالي بفتة عشرين فلساً  
تعزيراً للصرف بالسرعة الممكنة .  
مع الاحترام مدير شركة الصناعات المراقية

١١٢٣٤٧٢  
١١٢٣٤٧٢  
١١٢٣٤٧٢

المبلغ		تاريخها	رقم القسيمة
دينار	فلس		
			المجموع

### ٣ - التسديد - بالسند للأمر - الكمبيال او البوليصة

قد توثق الديون بواسطة السند للأمر سيما وان غالبية عمليات البيع تحدث بالأجل فلكي يضمن البائع الحصول على ديونه يطلب من المدين توقيع سند الأمر أو بوليصة .

#### (أ) السند للأمر ( الكمبيال ) Promissory Note

محرم مكتوب وفق شكل معين يطلبه القاطنون يتضمن تعهداً صادراً من شخص الى شخص آخر بأن يدفع له مبلغاً معيناً من النقود في زمان ومكان معينين .

وهذا نموذج لسند الأمر - كميال -

( محل التحرير ) في ( تاريخ التحرير )

فلس دينار

فقط لا غير

اني ..... أتمهد أن أدفع بموجب هذا السند لأمر ..... مبلغاً قدره ..... لا غير في ( محل الدفع ) في ( تاريخ الدفع )

التوقيع

( اسم المتمد بالدفع ورقيعه )

( ب ) البوليصة او البوليصة او المستحقة : Bill of Exchange

تعريفها : محرر مكتوب وفق شكل معين يتطلبه القانون تتضمن أمراً صادراً من شخص الساحب يأمر فيه شخصاً ثانياً يسمى المسحوب عليه بأن يدفع الى ثالث يسمى المستفيد مبلغاً معيناً من النقود في زمان ومكان معينين .

وهذا نموذج لبوليصة :

( محل التحرير ) في ( تاريخ التحرير )

فلس / دينار

فقط لا غير

الى السيد ..... المحترم

( العنوان كاملاً )

ادفعوا بموجب هذه البوليصة لأمر ..... فقط لا غير

التوقيع

وذلك في ( تاريخ الدفع ) في ( محل الدفع )

( محرر البوليصة )

## قبول البوليصة :

قد يقدم المستفيد البوليصة للمسحوب عليه ليوشحها بتوقيعه بالقبول . فإذا قبلها يوقع على وجهها ويؤرخ توقيعه وإذا رفض التوقيع تصبح مستحقة الاداء في ذلك التاريخ . وذلك بعد أن يقوم المستفيد بسحب احتجاج عدم قبول ، والبوليصة التي تستحق لدى الاطلاع ( حين الطلب ) لا تقدم للقبول .

## التظهير الجيرو : Indorsment

التظهير هو توقيع حاملها على ظهر الورقة مع التاريخ لكي تنتقل الورقة التجارية ( الجك ، السند لأمر ، البوليصة ) من شخص لآخر . والتظهير أنواع تظهير ناقل للملكية وتظهير تأميني وتظهير توكيلي .

### ١ - التظهير الناقل للملكية :

يوقع المستفيد على ظهر الورقة ويؤرخ توقيعه فتنقل ملكية الورقة من المظهر الى المظهر اليه وهذا يسمى تظهير على بياض . أي يصبح الحائز على الورقة مالكها الشرعي ما لم يثبت العكس أو يكتب عبارة ( ادفعوا لأمر ..... ويوقع ) ويحوز المظهر اليه أن يظهر الورقة أيضاً تظهيراً نافلاً للملكية أو تأمينياً أو توكيلياً .

### ٢ - التظهير التأميني :

الجك لا يظهر تظهيراً تأمينياً ولكن باقي الأوراق تظهر تظهيراً تأمينياً ويكتب على ظهر الورقة عبارة ( ادفعوا لأمر ..... على سبيل الرهن لمبلغ ..... ) أو ما يفيد هذا المعنى والمظهر اليه يمكنه أن يظهرها تظهيراً توكيلياً أو تأمينياً .

### ٣ - التظهير التوكيلي :

يكتب المستفيد على ظهر الورقة ( قيد في الحساب ) ويرقع أو يكتب ما يفيد معناها لأن الموكل اليه يكون مصرفاً عادة . ولكن لا يحق للموكل اليه أن يظهرها تظهيراً ناقلاً للملكية بل يمكنه أن يظهرها تظهيراً توكيلياً فقط .

### الاحتجاج<sup>(١)</sup> - البروتستو -

عندما يرفض المدين في الورقة التجارية ( البوليصة ، السند للأمر ) القبول ( بالنسبة للبوليصة ) أو دفع قيمتها في أجل الاداء يتحتم على المستفيد الاخير فيها القيام بتقديم طلب سحب احتجاج يقوم بتنظيم اجرائه كاتب العدل . اذ ينظم استفساراً قبل الانذار ثم ينظم الانذار .

واليك صورة طلب مرفوع الى كاتب عدل ليقوم بتنظيم الاحتجاج :

السيد كاتب عدل \_\_\_\_\_ المحترم

ارفق بطيه ( بوليصة - سند للأمر ) بمبلغ \_\_\_\_\_ لا غير ممضاة قبل \_\_\_\_\_ مؤرخ بتاريخ \_\_\_\_\_ ويستحق الاداء في \_\_\_\_\_ أرجو اجراء معاملة سحب احتجاج ( عدم اداء ، عدم قبول ) على الاشخاص المذكورين في ادناه ومن ثم اعادتها مع أوراق عمل وخبر التبليغ مبلغاً ومصدقة من قبلكم .

وتقبلاوا فائق الاحترام

التوقيع

---

(١) الجلك لا ينظم به احتجاج بل يكتب بكتاب المصرف

_____	المقيم في	_____	١ -
_____	المقيم في	_____	٢ -
_____	المقيم في	_____	٣ -
<u>المرفقات</u>			
(١)			

\_\_\_\_\_ كاتب عدل

### ورقة استفسار قبل الانذار

عدد \_\_\_\_\_  
لقد راجع هذه الدائرة \_\_\_\_\_ وأبرز \_\_\_\_\_ مؤرخة \_\_\_\_\_  
بمضاهة بامضاء \_\_\_\_\_ تتضمن مبلغاً قدره \_\_\_\_\_ وطلب اجراء  
الانذار ( بروتستو ) عن عدم \_\_\_\_\_ قبول \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ فوقاً للقانون اقتضي اخباركم بذلك  
حتى توفوا حقوقه وإذا كان لديكم دفاع قانوني مقبول اخبرونا به ذيلًا .  
\_\_\_\_\_ كاتب العدل

يوم \_\_\_\_\_ في \_\_\_\_\_

قبول  
ورقة انذار لعدم \_\_\_\_\_  
اداء \_\_\_\_\_

في يوم \_\_\_\_\_ الموافق \_\_\_\_\_ من شهر \_\_\_\_\_ سنة ١٩٦٦ بناء  
على طلب \_\_\_\_\_ من \_\_\_\_\_ رقم \_\_\_\_\_ انا الموقع

(١) الرسوم تدفع حسب المبلغ وحسب عدد الاشخاص المطلوب تبليغهم وتخضع عادة  
للقوانين الخاصة بذلك .



ادناه كاتب العدل \_\_\_\_\_ من \_\_\_\_\_ لما كنت قد انذرت  
 \_\_\_\_\_ المقيم \_\_\_\_\_ رقم \_\_\_\_\_ ( من هو مقيم معه  
 في دار واحدة اذا كان غائباً ) بأن \_\_\_\_\_ يقبل  
 يؤدي في الحال المحررة ادناه صورته  
 حرفياً والمبرز من قبل \_\_\_\_\_ بن \_\_\_\_\_ أجاب بما هو  
 مدرج في ذيل هذه الورقة \_\_\_\_\_ وأمضى  
 وامتنع عن الامضاء وعليه باسم الطالب قد اجريت  
 هذا الانذار المشرع \_\_\_\_\_ عدم القبول  
 استناداً الى الجواب المحرر آنفاً وبهذا قد  
 عدم الاداء  
 حافظت على حقوق الطالب المذكور تجاه المحيلين بالتناقل والساحب وسائر من  
 من له علاقة بهذا الجك التجاري مما يتضمنه من المبالغ الاصلية والفوائد  
 والمصاريف وقد اعطيت صورة من هذا الانذار للمندور والبيان حرر  
 في \_\_\_\_\_ في \_\_\_\_\_

كاتب العدل

### صورة الجك التجاري حرفياً

#### كبيال المجاملة ( سند المجاملة ) :

قد يحتاج التاجر لنقود قبلاً من الاقتراض يلجأ الى أحد أصدقائه من  
 التجار ويطلب منه ان يكتب على نفسه سنداً الأمر يعتمد به بأنه مدين بالمبلغ  
 المطلوب فيتمكن ذلك التاجر أن يقطع هذا السند لدى المصرف الذي يتعامل  
 معه فيحصل على المبلغ ناقصاً الفوائد والعمولة . حتى اذا جاء موعد الوفاء تقدم  
 الذي استفاد من السند ليدفع قيمته ( وهذا يسمى بسند المجاملة ) .

ان مثل هذا السند الذي حرر بلا مقابل مخوف بالمخاطر فعليه يجب على

محوره ان يحصل مقابله سنداً آخر يحمل نفس المبلغ وبنفس التاريخ ويكون  
مقابلاً لذلك السند ضماناً للتسديد واستيثاقاً بالعمل فقد قيل ( ما دام الغدر بين  
الناس موجود فالثقة بكل شخص عجز ) .

#### ٤ - التسديد بواسطة الحوالات البريدية والمصرفية

ان التسديد بواسطة الحوالات البريدية ليست من الطرق المستعملة في التجارة  
بل تستخدم في تسديد المبالغ للمعاملات المدنية ، وذلك بكتابة استارة خاصة  
تقدمها مجاناً دائرة البريد للشخص الذي يروم تحويل المبلغ وتتقاضى الاجور  
حسب المبلغ وعادة تكون عالية لو قورنت بالتحويل المصرفي .

اما التحويل المصرفي فيكون بأن يقدم الشخص المبلغ للمصرف فيقوم  
المصرف بتنظيم حوالة او جكاً يستحق الدفع حين الطلب مسحوباً على فرعه  
ويحمل الحول اليه مستفيداً ويتقاضى مقابل ذلك اجوراً زهيدة على كل دينار  
على ان لا يقل ما يتقاضاه عن خسين فلساً ويقوم بإبراد الجك الشخص طالب  
التحويل والحوالة يقوم المصرف بإرسالها لفرعه مع بريده .

## عمليات البيع والشراء الخارجية وطرق سداد الديون الناشئة عنها

عرفنا كيف تتم عمليات البيع والشراء داخل القطر وشرحنا المستندات الضرورية المستعملة لإتمام تلك العمليات .

ان النشاط التجاري لم يقتصر على التعامل في داخل القطر بل تمداه الى خارجه وسببه عدة عوامل منها زيادة متطلبات الافراد من السلع ثم تعدد السلع وتنوعها وزيادة الانتاج في قطر ونقصانه بقطر آخر فيؤدي ذلك الى اجراء التصدير وابدال السلع بسلع اخرى فكان ذلك مدعاة الى حث الدول للتخصص اذ به قلة بالكلفة ثم دقة واتقان السلع المنتجة، والسبب الطبيعي الذي يدعو للتخصص هو اختلاف توزيع موارد الطبيعة في العالم والتباين الاجتماعي والثقافي بين الاقطار .

ان هذا التبادل في السلع بين مختلف الاقطار جمل كلا من المستورد والمصدر يحتاج الى معلومات كافية لمعرفة المركز المالي لكل منها ومدى كفاءته التجارية ولهذا السبب ظهرت الخدمات التجارية التي تسهل على الاطراف المعنية المجاز ما يطلبه من خدمة وتخصصت هيئات لتقديم تلك الخدمات فمن هذه الهيئات رسمية تديرها الحكومة ومنها أهلية . فمن المصادر الرسمية للمحقون التجاريين والمصارف والمعارض . اما المصادر الاهلية مثلا : غرف التجارة أو وكلاء

التجار والمصارف الاهلية وقد يكون بواسطة المجلات والجرائد .

### المستندات الخاصة والمستعملة في التجارة الخارجية :

#### ١ - دفتر البيان - الكتوك :

تقوم المؤسسات بطبع دفاتر البيان وتكون هذه الدفاتر وسيلة اعلان جذابة لأنها تحتوي على جميع المعلومات مفصلاً ومطبوعة طباعة أنيقة وعلى ورق مقبل وتكون الصور ملونة ألواناً زاهية لتشوق المشتري وتحثه بأسلوب جذاب لاقتناء السلعة وغالباً قد تكون الاسعار مثبتة فيها غير ان القانون لا يلزم البائع بتلك الاسعار وغالباً ما توزع دفاتر البيان مجاناً وقد ترسل بالبريد لكل من يطلبها .

### الفاتورة الخارجية :

لا تختلف الفاتورة الخارجية عن الفاتورة الداخلية من حيث تخطيطها أو ما هو مدرج فيها من بيانات الا بعض الحقول تخصص للبيانات التي تقتضيها طبيعة الاستيراد والتصدير فيذكر فيها مثلاً اسم السفينة الشاحنة والعلامة التي بصمت على السلعة وعلى الطرود واللغة الاصطلاحية وتحرر الفاتورة الخارجية باللغة التي تبودلت بها رسائل الاستفسار والتسليم والطلب وعادة تستعمل اللغة الانكليزية لأنها لغة التجارة اما العملة فتسجل إما بالباوند الانكليزي او الدولار الامريكي .

واليك نموذجاً لفاتورة خارجية بالباوند الانكليزي :

شركة /	اللغة الاصطلاحية
المعد	العنوان
التاريخ	تاريخ
ص . ب	ص . ب
ع . ب	ع . ب

الى السيد / \_\_\_\_\_  
 العنوان / \_\_\_\_\_  
 العلامة \_\_\_\_\_  
 رقم الاعتماد \_\_\_\_\_ تاريخ \_\_\_\_\_  
 نوع الشحن سيف \_\_\_\_\_ اسم السفينة \_\_\_\_\_

الملاحظات	المبلغ المفرد			الكمية	التفاصيل	المبلغ		
	باوند	شلن	بنس			باوند	شلن	بنس
التوقيع								
	لا غير					فقط		

صناديق عدد طول عرض ارتفاع

### الفاتورة السورية :

الفاتورة السورية تشبه الفاتورة العادية غير ان وجه الاختلاف هو ان الفاتورة العادية تحرر بعد اتمام الصفقة اما الفاتورة السورية فهي تنظم قبل عقد الصفقة اذ هي توضيحية يرسلها صاحب المحل التجاري لمن يريد وذلك لكي يجعل المشتري يقف على بينة وبصورة واضحة من قيمة السلع بعد تقدير الرسوم الكمرحكية .

## شهادة أصل البضاعة شهادة - المنشأ :

تعتبر الاموال المصنوعة في البلد الاجنبي والمصدرة منه بلد المنشأ وان كانت تلك البلاد قد استوردت المواد الخام لصنعها من بلد اجنبي آخر ، فتتطلب شهادة تثبت اسم البلد الذي صنعت فيه البضاعة وتصدق من الممثل العراقي او من يقوم مقامه او من الدوائر الرسمية المختصة لذلك البلد ، ترفق هذه الشهادة مع مستندات البضائع المستوردة وبصورة خاصة من دول حوض البحر الابيض المتوسط والمانيا الغربية وذلك لمنع تسرب بضائع اسرائيلية كما قد تطلب الشهادة لأن بعض الدول تعقد اتفاقاً تجارياً فيما بينها على تخفيض الرسوم الكمركية فيما بينها فلنكي يمنع تسرب بضائع منتجة في دول أخرى والتمتع بتلك الامتيازات يطلب شهادة أصل البضاعة كما وتطلب الشهادة لكي يضمن عدم النش في السلعة . فمثلا كان تطلب شهادة منشأ من مستوردي الشاي لأن البعض يستورده من الكويت وفي الكويت كان يخاط مع الشاي الايراني فتمثل هذا المنشأ المتخذ مثل هذا الاجراء .

## شهادة وصول البضائع المصدرة من العراق :

تطلب هذه الشهادة من مصدري البضائع الى البلدان الواقعة على حوض البحر الابيض المتوسط ( باستثناء الاقطاو العربية ) وتستحصل الشهادة من السلطة الكمركية في بلد المصدر اليه على أن تعزز الشهادة بتأييد الممثل العراقي أو من يقوم مقامه .

## اللف والحزم :

إن أكثر أنواع البضائع لا يمكن شحنها قبل لفها وتصفيتها بصناديق أو براميل وان لف البضائع وحزمها يحتاج للدابة وخبرة خاصة لهذا يخصص قسم خاص للقيام بهذه المهمة ثم ان كلفة اللف والحزم يتحملها المشتري عادة كما

ويتكلف المشتري مصاريف الوزن أو الكيل إلا إذا كانت اتفاقية عكس ذلك  
( م ١٤٧ ) من القانون التجاري العراقي .

#### العلامة الخاصة :

جرى العرف بوضع علامة خاصة على الطرود أو الصناديق التي تغلف بها  
البضائع وبكتوب في محل مناسب من العلامة بمجمرع العدد الكلي على التسلسل  
فلو كانت بضاعة مشحونة بعشرة صناديق مثلاً يوضع على الصندوق الاول  $\frac{10}{1}$

والصندوق الثاني  $\frac{10}{2}$  وهكذا وتوضع العلامة على الفاتورة أيضاً . وأهمية ذلك  
لكي يستدل بها ربان الباخرة عندما يفرغ البضاعة فلا يخطأ في التفريغ بوحدات  
الطرود ونوعها .

#### التأمين على البضاعة :

يجب التأمين على البضائع المستوردة للعراق لان المصارف لا تفتح اعتماداً  
مستندياً ما لم تكن البضاعة قد أجري التأمين عليها إلا إذا دفع المشتري قيمة  
البضاعة المستوردة كاملاً . وقد ألزمت مديرية التحويل الخارجي التجار بأن  
يجري التأمين في العراق لاسباب سنوضحها في موضوع التأمين .

#### طرق تسليم البضاعة :

يجب أن يتفق المشتري مع البائع مبدئياً على تاريخ تسليم البضاعة كما ويتفق  
على محل تسليمها وكلما بعد محل تسليم البضاعة عن محل البائع كلما كان سعرها  
أكثر وطرق تسليم البضائع المهمة هي :

#### أ - بيعو القيام :

وفي هذه البيوع تنتقل ملكية المال المبسوع من البائع الى المشتري من ميناء

البائع فيحق للمشتري أن يتصرف بالبضاعة وهي في الطريق كيفما يشاء كالبيع والرهن . وتقسم بيوع القيام الى قسمين :-

١ - بيع فوب ( F. O. B ) أي تسليم البضاعة على ظهر الباخرة في ميناء البائع ومن قبله سائلة ومن ثم تبدأ مسؤولية المشتري بمد ذلك .

٢ - بيع سيف ( C. I. F ) و ( C. & F ) ويسمى هذا البيع بيع سلامة وفيه يلتزم البائع بإجراء اللازم لنقل البضاعة والتأمين عليها ضد الأخطار ويضيف ذلك على قيمتها ؟ وما يستورده المراقبون فلا يجوز إجراء التأمين إلا في المراق فهو ( C. & F ) .

#### ب - بيوع الوصول :

وفي هذا البيع يلتزم البائع بتسليم البضاعة في ميناء المشتري أو محله وعادة يكون المصدر وكيل يقوم بإجراء تسليمها للمشتري .

#### وكلاء الاستيراد والتصدير ( القسبيون )

تخصص بعض التجار بالتوسط في استيراد أو تصدير البضائع كما تخصصوا بالتعامل بل سلامة واحدة أو سلع متجانسة وذلك لسعة السوق العالمي وكثرة المنتجين .

يحارل التاجر الذي يمتن هذا العمل إيجاد وكلاء له في جميع أنحاء العالم ويتقاضى عمولة من التاجر المشتري لقاء أتعابه وقد يحصل على عمولة من التاجر البائع ويعتمد نجاح مكاتب هؤلاء على ثقة المتعاملين معهم من التجار .

#### كيفية احتساب اجرة الشحن البحري ( النولون البحري ) :

كانت البضائع تشحن سابقاً بسفن شراعية كبيرة وما زالت هذه السفن تستعمل في خليج البصرة لحد الآن . ولكن اختراع الآلات ادخلت الآلة في تسيير السفن وقالت شركات كبرى في العالم تملك سفناً كبرى ونظمت لها خطوطاً ورحلات معينة ومعروفة .



تحتسب أجور الشحن البحري - التولون البحري - على وزن البضاعة أو حجمها وتأخذ الشركة الشاحنة بالطريقة الأكثر فائدة لها والتي تجنيها من كل من الطريقتين فالحديد مثلاً تحتسب أجور شحنه على أساس الوزن أما الزجاج فيحتسب شحنه على أساس الحجم ويحسب الطن الحجمي عن كل ٤٠ قدم مكعب . أما العملة المستعملة فعادة تكون العملة الانكليزية لأن أغلب الشركات الناقلة انكليزية . ويضاف للاجر معلوم الريان . وهذا يساوي ١٠ بالمانه من اجرة الشحن الكلية وكانت هذه النسبة تدفع للريان قديماً لكي يضع البضاعة في الوضع المعين لها بالسفينة والمحافظة عليها أثناء الرحلة ولكن الآن اخذت الشركات الناقلة تستولي عليه . ومن الأمور الهامة ان يبين الشاحن نوعية البضاعة المشحونة فيها اذا كانت قابلة للكسر مثلاً .

#### بوليصة الشحن البحري : B / L ( السمي )

بعد أن يتم شحن البضاعة تعطى نسخة من بوليصة الشحن للشاحن لكي يعتمد عليها كوصل بتسلم البضاعة ومستند يؤيد ملكية البضائع المذكورة فيه للجهة التي حرر لأمرها ان هذه البوليصة ترسل نسخة منها للفرسل اليه بواسطة المصرف ويمكنه ان يظهرها في حالة بيع البضاعة وهي في الطريق أو يظهرها لوصيل الاخراج لتخليص البضاعة من حوزة الكبارك وتبقى نسخة منها لدى ربان السفينة ليرجع اليها عند التفريغ . ان المصدر يرسل نسخة المشتري بالبريد ونسخة مع نفس السفينة الشاحنة والغرض من ارسال بوليصتين للمشتري وبطريقتين مختلفين هو لضمان وصول احدهما اليه وينص على ان كلا منها اذا استعملت تلغي غيرها .

وأهم البيانات التي تحويها بوليصة الشحن :

- ١ - اسم وعنوان المصدر .
- ٢ - اسم السفينة واسم الشركة التابعة لها .
- ٣ - اسم ربان السفينة الذي يقودها اثناء الرحلة .
- ٤ - عدد الطرود أو الصناديق المشحونة ووزنها .
- ٥ - اسم الميناء المرسل اليه البضاعة .

٦ - اسم المستورد كاملاً وعنوانه .

٧ - رقم وتاريخ البوليصة والتوقيع .

ويذكر على هامشها عدد الطرود وعلامتها وأرقامها ومحتوياتها واجرة الشحن ومعلوم الريان .

### صورة بوليصة شحن بحري

قد شحن ( مستر فوستر وشركاه ) في أحسن حال على ظهر الباخرة ( ستيل ايرتس ) من بوأخر شركة كري مكثري والتي ربانها الكابتن جرمي والراية الآن ميناء لندن والتي ستبحر الى ميناء البصرة مع ما لها من الحربة التامة ان تمرج على أي ميناء لتشحن أو تفرغ بضائع أو تقبل ركاباً أو تأخذ وقوداً أو مؤناً أو لأي أغراض أخرى وأنت تساعد أي سفينة وتلي النداء لانقاذ الحياة أو الممتلكات .

أربعة صناديق أفشة معللة ومرفقة كما هو موضح بالهامش تسلم على حالتها الحسنة الراحنة خالية من كل عيب أو تلف في مرمى السفينة في ميناء البصرة لأمر حسين العمري التاجر في السوق الكبير في البصرة أو لمن يوكله أو يوكلهم وتستحق اجرة الشحن على البضاعة المشعونة وكذلك معلوم الريان بمجرد الشحن على أن يدفع ذلك نقداً في لندن وبدون نقص سواء فقدت السفينة أو لم تفقد وإذا لم تدفع اجرة الشحن في لندن فسيطالب المرسل اليه بالقيمة بما فيها المعلوم واجرة للبرقيات المرسلة من لندن لاختطاره بعدم الدفع . وبناء عليه حرر الريان أو وكيله أو من له حق التوقيع نيابة عنه أربعة بوالص ذات مفعول وتاريخ واحد واستعمال احدها يوقف سريان مفعول البوالص الأخرى .

التوقيع

لندن في / / ١٩

شركة كري  
مكثري  
صناديق  
أفشة صوفية  
علامتها

S. A.  
Basrah

١٩٣٢ قدماً  
مكبساً بواقع  
٤٠ للطن ذي  
الأربعين قدماً  
مكبساً زائداً  
١٠ بالمائة  
معلوم الريان

### الرسوم الكمركية وكشف حساب التخليص

تفرض الرسوم الكمركية على البضائع الواردة (رسم الوارد) وعلى البضائع المصدرة (رسم الصادر) وتتوخى الحكومة بفرضها اغراضاً منها اولا غرض مالي فهي تأتي بإيراد كبير لخزينة الدولة وثانياً تحمي بفرضها الصناعة الوطنية الناشئة او لتعديل الميزان التجاري او قد تتوخى الحكومة فيها عدم اطلاق بيع المواد الصارة اجتماعياً بفرضها الرسوم العالية عليها ليكون ثمنها عالياً لا يقدم عامة الشعب على اخذها او قد تفرض لتحديد تصدير بعض المواد لمنع تسريبها للخارج . ويمكن ان نقسم السلع الى :

١ - بضائع ممنوع استيرادها : يمنع استيراد البضائع اما لفرض حماية صناعة وطنية ناشئة مثل ممنوع استيراد السفنت المادي او لاسباب اجتماعية او اخلاقية كمنع استيراد المخدرات الا للاغراض الطبية .

٢ - بضائع مقيد استيرادها وذلك يلزم ان تتوفر شروط معينة قبل القيام بعملية الاستيراد ولا يسمح بالاستيراد عدد معين محدود من السلعة كالسيارات .

٣ - بضائع مسموح استيرادها وهي البضائع الضرورية التي لا ينتج منها في القطر .

اما جباية الرسوم وكيفية تقدير نسبها فقد خصت بقانون الكبارك وقانون

( التعريف الكمركية ) وهذه التعريف عرضة للتغير في اغلب الاحيان .

وتقدر الرسوم الكمركية على البضائع بطريقتين :

١ - الطريقة القيمةية : وبموجبها تحدد نسبة مئوية للرسم الكمركي على البضاعة حسب سعرها في السوق او بسعر الكلفة ايها اكثر فيؤخذ به .

٢ - الطريقة النوعية : وبموجبها يقدر مبلغ ثابت معين لكل وحدة من السلع ويكون ذلك اما بحسب الوزن او الحجم او السطح اي بموجب وحدة قياسية معينة فمثلا يجري ترسيم الحديد ( الشيلمان ) الخاص بالبناء اذ يؤخذ مبلغ معين عن كل طن وزن .

كيفية تخليص البضاعة من حوزة دائرة الكمرك :

عند وصول البضاعة للمحل التسليم فصل جميع المستندات الخاصة بها الى المصرف الذي توسط بعقد الصفقة فيقوم باخبار المشتري بوصول البضاعة ويطلب منه تسديد المتبقي من قيمتها ليسلم له المستندات فيمكنه تخليص بضاعته من حوزة الكمرك واستلامها والمستندات هي ( بوليصة الشحن ، بوليصة التأمين ، شهادة المنشأ ، فاتورة البيع .. ) فبعد تسلمها يقوم التاجر بتظهير تلك المستندات لأحد وكلاء الاخراج ليتولى اخراج البضاعة وذلك بأن يدفع الرسوم الكمركية المطلوبة ويقوم بتقلها الى المحل الذي يخصص لها المشتري ويتقاضى وكيل الاخراج عمولة على ذلك .

وكلاء الأخراج :

وكيل الاخراج هو اي شخص او شركة مجازين رسمياً بتعقب المعاملات الكمركية وتخليص الاموال من حوزة الكمرك بالنيابة عن اصحابها وفق المادة ١٨٦ من قانون الكمارك رقم ٥٦ لسنة ١٩٣١ ، ويجب ان تتوفر بوكيل الاخراج شروط معينة لكي يحصل على اجازة العمل فمن الشروط ان يكون عراقي الجنسية

وان لا يقل عمره عن ٢٥ سنة وان يتقن اللغتين العربية والانكليزية ولديه شهادة اعدادية على الاقل وان يقدم الامتحان الذي تطلنه مديرية الكمر ك وبعد ما يمنح اجازة مؤقتة لمدة ستة اشهر ومن ثم يمنح الاجازة المطلوبة بعد نجاحه في الامتحان العملي . وبالإضافة لما ذكر ان يقدم كفالة نقدية بمبلغ تمينه مديرية الكمر ك .

ان من واجبات وكيل الاخراج :

(١) ان لا يسمح باستئلال اسمه او اجازته من قبل شخص غير مجاز او وكيل اخراج سحبت اجازته كما لا يجوز لوكيل الاخراج ان يتعاطى التجارة لأن وكالة الاخراج تعتبر مهنة خاصة .

(٢) يقوم وكيل الاخراج نيابة عن موكله بكافة الامور المنصوص عليها في الوكالة المعطاة له من قبل موكله .

(٣) على وكيل الاخراج ان يتأكد من صحة المستندات المقدمة له من قبل موكله وان اي تزوير او تحريف يعرضه للمسؤولية ويعرّم من مبلغ الكفالة لأنه شريك التاجر في الخالفات .

(٤) يجب ان يحمل دفتر الهوية دائماً . وان لا يتقدم لاجراء اية معاملة قبل اخذ موافقة مدير الكمر ك بالتفويض من الموكل ويستثنى من ذلك الوكالات العامة المصدقة من كاتب العدل . وان لا يعمل في اكثر من منطقة واحدة .

(٥) ان يسك سجلات منظمة بالمعاملات حسب النموذج الذي تقرره مديرية الكمارك والمكوس وان تكون هذه السجلات خاضعة للتدقيق من قبل موظفي الكمارك .

### التصريح الكمر كية :

وهي استمارة بست نسخ وكل نسخة مضمونة الى جهة معينة فيها تجهزها دائرة الكمر ك وحماية على حقول تملأ من ذوي العلاقة بتقديم كافة المعلومات المطلوبة فيها بخصوص البضائع المطلوب اجراء المعاملة الكمر كية بشأنها وتكتب التصريح بالآلة الطابعة عدا مراكز الحدود الكمر كية ثم تسجل في شعبة المنافست .  
واليك نموذجاً لتصريح كمر كية :



**الكمارك  
تصريحه الادخال  
يري / بجري / جوي**

**عن طريق**

**ميجور القلم**

**يولد منشأ الضفاعة**

**يلد شجن الضفاعة**

**يلد الوجبة النهائية للضفاعة**

**رقوم المانيستس والجواز تاريخه**

**امر التسليم تاريخه**

**عدد الصفحات**

..... جارة الإصدار : كرم  
 ..... رقم الخريطة  
 ..... التاريخ .....  
 ..... اسم وتوقيع الكاتب المختص  
 ..... اسم المستورد الأصلي  
 ..... رقم الهوية الاستيراد  
 ..... اسم الشخص الذي ثمر له ملكيتها الأموال عنه ترسيمها ...  
 ..... اسم الشخص الذي خرج الأموال

[illegible]

معلومات لاراضي التحويل الخارجي		مطلوبات اخري
اسم المصرف الجواز .....	(اسم الفرح) .....	اسم المصرف الجواز .....
مبلغ الاعتداد / السحب .....	رقم وتاريخ استمارة التحويل الخارجي .....	مبلغ الاعتداد / السحب .....
رقم وتاريخ اجازة المستفيد .....	لم ترد المستندات بواسطة البنك .....	رقم وتاريخ اجازة المستفيد .....
رقم الايجال .....	رقم الصندوق .....	تتفرع بان التصفيلات المبينة اعلاه هي صحيحة -
التاريخ .....	رقم الصندوق .....	اسم وتوقيع المستود او وكيله القوض .....
التاريخ .....	اسم وتوقيع امين الصندوق .....	التاريخ .....
اسم وتوقيع امين الصندوق .....	اسم وتوقيع امين الصندوق .....	مجموع الفحة المقدرة رقما وكتابة .....
اسم وتوقيع امين الصندوق .....	اسم وتوقيع امين الصندوق .....	مجموع الرسم رقما وكتابة .....
اسم وتوقيع امين الصندوق .....	اسم وتوقيع امين الصندوق .....	اسم وتوقيع المصنف الخاص .....

### الخزن :

هو المحل الذي توضع فيه الاموال بإيجار لقاء وثيقة ايداع لغرض دفع الرسم الكمركي عليها واذا لم يدفع صاحب المال الرسم المطلوب يحق لدائرة الكمرك بيعه وذلك بعد مدة اقصاها ستة اشهر . ويكون الخزن ملكاً للحكومة .

### المستودع :

هو المحل الجاز الذي توضع فيه الاموال بإيجار والتي لم يدفع عنها الرسم الكمركي وذلك لقاء وثيقة ايداع ويمكن ان تبقى الاموال مدة اقصاها ثلاث سنوات وهي غير مرصعة والمستودعات اهلية ويمكن لاصحاب الاموال التصرف بالاموال المودعة سواء في الخازن او المستودعات ببيعها او رهنها وذلك بتظهير وثيقة الايداع ولكن لا يمكن اخراج الاموال من الخازن او المستودعات الا بعد دفع الرسم الكمركي المقرر وإيجار الخزن او المستودع . وتختار للمخازن المكانات القريبة من ادارة الكبارك .

### المنافست :

عبارة عن قوائم تتضمن نوع البضاعة وتفاصيلها وطريق نقلها بالسفن او بالسكك الحديدية او السيارة او الطائرة او أي مركبة وتنظم هذه القوائم او الجداول الشركة الناقلة وترسلها الى شعبة في الكمرك تسمى ( دائرة المنافست ) موضوعة في القوائم تفصيلات البضاعة وعدد الطرود او الصناديق وكميتها ووزنها والعلامات المبصومة عليها وصاحبها . وتنظم هذه القوائم بمعدة نسخ وذلك بمعرفة دائرة الكمرك في بلاد التصدير وتودع احدى هذه النسخ عند الشركة الناقلة وتوزع الباقي الى دائرة الكمرك ( شعبة المنافست ) في بلاد المستورد واخرى للمخزن وعلى ضوء هذه المعلومات يقوم تخمين الرسم الكمركي بعد تقديم نموذج من البضاعة .

## فاتورة النولون :

عندما تصل البضاعة الى محل التسليم تنقل الى محل المشتري باحدى وسائل النقل البرية او النهرية فالاجور التي تدفع لتلك الوساطة تسمى بالنولون وهذا بالطبع يكون اما نولون بري او بحري فالنولون هو عبارة عن اجرة نقل البضاعة من ميناء التحميل الى محل الوصول ويدفع هذه الاجرة اذا كانت زهيدة وكيل الاخراج وعلى حساب موكله ( صاحب المال ) واذا كانت باهظة فيأخذ المصاريف سلفاً ويمدها يقدم قوائم فاتورة للنولون والمصاريف الخارجية معزراً جميع المصروفات بمستندات تثبت صحة الصرف .

## الترانزيت :

اصطلاح يطلق على البضائع والاشخاص والمركبات والسفن التي تمر بالقطر مقصوداً بها قطر آخر ويحدد مصيرها نهائياً في محل الوصول مثل امرار بضائع من ايران عبر العراق الى سوريا ولذلك تعفى من الرسم الكمركي ولكنها لا تعفى من الرسوم الاضافية وهي ضريبة عادة ، ان المدة التي تبقى فيها البضاعة في العراق لا تتجاوز الستة اشهر وينظم بها تصريحية بمسار ترانزيت خاصة ( رقنية ) .

## المنطقة الحرة :

تخصص بعض الاقطار مناطق حرة في موانئها البحرية او الجوية لغرض التجارة ولا تدفع الرسوم الكمركية عن البضائع الا اذا ادخلت للقطر ، فيستفاد منها كوسيلة بيع ثم انها تكتسب مسدخولات عن مصاريف شحن وتخزن تلك البضائع بالاضافة الى رسم للترانزيت .

## الاسترجاع او الاسترداد ( الدروباك ) :

يجوز إعادة الرسوم الكمركية المدفوعة على البضائع المستوردة اذا أعيد تصديرها خلال ستة اشهر بشرط تقديم شهادة من دائرة كارك الادخال الاجنبية التي يعينها القانون والشهادة تؤيد وصول البضاعة المصدرة الى ذلك الكمرك .



### طرق سداد الديون الناشئة عن التجارة الخارجية

شرحنا سابقاً كيفية تسديد الديون الناشئة عن التجارة الداخلية أما في التجارة الخارجية فيوجد اختلاف كبير في طرق تسديد الديون الناشئة عنها إذ قلما يتوسط البريد في تحويل المبالغ للخارج كما ان التحويل خاضع لرقابة مديرية التحويل الخارجي بالمصرف المركزي لأن التسديد يكون بعملة البلد المحول اليه وعليه فلا يمكن تحويل أي مبلغ الى الخارج دون أخذ موافقة مديرية التحويل الخارجي مسبقاً وهن الطرق المعروفة في تسديد الديون الخارجية هي :

#### ١ - بواسطة كابونات البريد :

تبيع دوائر البريد كابونات خاصة لمن يريد أن يحول مبالغ للخارج وتكون فئات هذه الكابونات صغيرة ( لا تزيد على عشرة دنانير ) وتعمل لتسديد بدلات الاشتراك في الجرائد والمجلات غالباً ولا يتطلب موافقة مديرية التحويل الخارجي .

#### ٢ - بواسطة قسّم ( الكامبيو ) في المصرف :

توجد في كل مصرف شعبة تسمى شعبة الكامبيو وعمل هذه الشعبة انها تصدر اشعاراً أو حكا أو حوالة لأمر الدائن بناء على طلب المدين ( العميل ) ويكون الجك مسحوباً على أحد فروع المصرف في بلد الدائن وبالطبع يتكلف العميل بحميص المصاريف بالإضافة الى دفع قيمة الجك نقداً ويحسب حسب سعر

المصرف الرسمي عند التحويل . وقد يطلب من المصرف أن يقوم بإرسال حوالة بالبريد أو برقياً وفي هذه الحالة يجب على العميل أن يعطي اسم المحول اليه وعنوانه كاملاً فالمصرف يرسل اشعاراً الى فرع أو وكيله في بلد الدائن طالباً دفع المبلغ المعين وعادة يقوم المدين بدوره بإخبار الدائن بتحويل المبلغ أيضاً . ففرع المصرف في بلد الدائن حالماً يتسلم الاشعار ينظم اشعاراً آخر ميفناً له تحويل المبلغ له لكي يأتي ويقبض بحد أن يثبت شخصيته للمصرف . ويجري التحويل لأي غرض عدا الاستيراد والسفر ، وهذه صورة اشعار المصرف الدائن :

مصرف الرافدين - بغداد	
بغداد في	المبلغ ( رقماً )
الى البنك الأهلي - القاهرة - الجمهورية العربية المتحدة	
أرجو أن تدفعوا الى	
مبلغاً فقط	لا غير
وذلك حسب	وقيدوا المبلغ علينا
مدير مصرف الرافدين	

يلاحظ ان الجك الخارجي يكتب بعملة البلد المحول اليه ثم ان هذه الجكوك ليس لقيمتها حد أقصى بعكس حوالات البريد الخارجية أو الكايفات .

( انظر الصورة للجك الخارجي في الصفحة للقابة ) .

#### الاعتمادات المستندية :

تعتبر الاعتمادات المستندية من أهم الطرق التي تتبع في الميدان التجاري فهي تسهل اتمام عقد الصفقات التجارية وبواسطتها تحفظ حقوق كل من المصدر والمستورد لأن المصدر يتمكن من أخذ قيمة ما باعه من بضائع بمجرد تصديرها

هذه صورة لـجك خارجي :

مصرف الرافدين - بغداد			
<table border="1" style="margin: auto; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%; padding: 5px;">ليرة</td> <td style="width: 50%; padding: 5px;">غرش</td> </tr> </table>	ليرة	غرش	الرقم بغداد في .....
ليرة	غرش		
الى البنك العربي - بيروت - لبنان			
ادفعوا الامر .....			
مبلغ .....			
مصرف الرافدين			

نظير تسليمه مستندات الشحن للمصرف الدالة على التصدير فيمكنه ذلك على تسير العمل فلا ينتظر حتى تصل البضاعة للمشتري .

#### اجراءاتفتح الاعتماد والمستندى:

يشترط في التاجر الذي يطلب فتح الاعتماد ان يكون حاملا لإجازة الاستيراد ومصنف وان يقدم للمصرف ضمانا كجزء من قيمة الاعتماد والنسبة تتراوح بين ٢٥ ٪ - ٦٠ ٪ وتتوقف النسبة المطلوبة على امرين هما مركز العميل المالي ونوع البضاعة المستوردة وبالطبع يحصل المصرف على عمولة مقابل توسطه بهذه العملية .

فالعميل الذي تتوفر فيه الشروط التي ذكرناها يتقدم الى احد المصارف باستمارة او بكتاب وعادة يقوم بهذه المهمة الوكيل ويتقاضى مقابل اتعابه عمولة ( قسميون ) . وتحتوي الاستمارة على البيانات الضرورية منها اسم وعنوان

المستفيد ووصف البضاعة وقيمتها وامم البنك فاقسح الاعتماد وشروط التسليم ومينائي القيام والوصول والمستندات المطلوبة لضمان حقوق العميل ففتح الاعتماد ونوع الاعتماد غير قابل للنقض . وبعد اتمام هذه الاجراءات ينظم المصرف اشعاراً لفرعه او وكيله في الخارج بأنه قد فتح اعتماداً لمصلحة المستفيد المذكور اسمه وعنوانه بكتاب طلب فتح الاعتماد ويعطي نسخة من ذلك الاشعار اطالب فتح الاعتماد فيتولى ارساله في الحال لكي يتمكن المصدر من تهيئة البضاعة فلا ينتظر حق يصل اليه الاشعار بواسطة فرع البنك في بلده لأن اجراء المصرف قد يطول اياماً .

وعندما تصل البضاعة الى محل الوصول وتصل المستندات الخاصة بها للمصرف الذي توسط في فتح الاعتماد يقوم المصرف باخبار المشتري بوصول البضاعة ويطلبه بأن يسدد الجزء المتبقي من قيمة الاعتماد ليتسلم المستندات الخاصة بالبضاعة ليتسنى له اخراجها من حوزة الكبارك . واليك نموذجاً لاستمارة طلب فتح اعتماد وكتاب المصرف للمشتري بالموافقة وبرصول البضاعة :

١ - نموذج لاستمارة طلب فتح اعتماد مستندي ونموذجاً لاشعار المصرف بفتح الاعتماد .

# مصرف الزايفين

استمارة طلب فتح اعتماد مستندي

في ..... ١٩٦٦

رقم الاعتماد .....

الى مصرف الزايفين

- ١ [ بأمر ولحساب .....
- ٢ [ يرجى فتح اعتماد غير قابل للقض مثباً من قبلكم / من قبل مراسلكم بالبريد الجوي / بوقيا
- ٣ [ واشمار المتفتح ( باسم ) .....
- ٤ [ بمبلغ ..... ( فقط ) .....
- ٥ [ قابل للدمج لدى الاطلاع (بالشوف) بسر التحويل الدارج على ( ) ( مدينة بنك التغطية ) لقاء حوالة أو حوالات
- ٦ [ مسخرة عليكم أو على مصرف ..... في مدينة ( ) مرفقة بالمستندات التالية :
- ٧ [ ١- ( x ) قوائم تجارية موقعة بشمالية نسخ تبين قيمة البضاعة وانها من منشأ
- ٨ [ ٢- ( x ) مستندات شحن بمجموعة كلمة لأمر مصرف الزايفين أو لأمر المعلن مظهرة لأمر المصرف
- ٩ [ ٣- ( ) مستندات اخرى
- ١٠ [ التأمين عند انقطاع ..... أو الانقطاع التي ترون لزوم التأمين عليها لدى شركة التأمين الوطنية.
- ١١ [ وذلك فيما يتعلق بالبدائع التالية :
- ١٢ [ سيأتى إن شاء الله
- ١٣ [ في شحنة ( ) من ..... الى ..... ( المحل النهائي للفصل )
- ١٤ [ مع تحويل من واسطة نقل الى اخرى ان اتعني.
- ١٥ [ مدة الاعتماد ..... اعتباراً من تاريخ التوقيع على مقابلة فتح الاعتماد
- ١٦ [ رقم اجازة الاستيراد ..... التاريخ ..... ١٩٦٦
- ١٧ [ تعليمات اخرى .....
- ١٨ [ ان نياكم بتفيذ الطلب اعلان على مسؤوليتنا الشخصية ولا يترب على مصرفكم أية مسؤولية مهما كان مصدرها ونشتر من الآن قبولنا جميع الشروط المبينة في عقد الاعتمادات المستندية الخاصة بمصرفكم ولقد أودعنا لديكم مبلغاً قدره ..... بصفة تأمينات.
- ١٩ [ ويخسب المصرف قائمة بسر Z أو بأي سر آخر يقرره المصرف على مدفوعات مراسله لقاء المستندات التي تقدم اليه.
- ٢٠ [ يخضع هذا الاعتماد الى العادات والظوابط الموحدة للاعتمادات المستندية (تنقيح ١٩٦٢) نشرة غرفة التجارة الدولية رقم ٢٢٢

التوقيع

Z نية التأمينات

للدمج

## ٢ - نموذج اشعار البنك بفتح الاعتماد :

البنك العربي

حضرة .....

تحية واحتراماً

وبعد يسرنا أن نفزز لكم أننا قد فتحنا لصالحكم بموجب كتابنا هذا  
نعلنكم  
اعتماداً مستندياً غير قابل للرفض رقم ..... حسب الشروط المدرجة ادناه  
وهذا الاعتماد غير قابل للتحويل .

اسم طالب الاعتماد .....

اسم البنك فاتح الاعتماد ..... رقم البنك فاتح الاعتماد .....  
الملغ .....

ينتهي مفعول هذا الاعتماد بتاريخ ..... يتم سحب وتحويل  
المستندات .....

تفاصيل البضاعة .....

المستندات المطلوبة :

١ - فاتورة تجارية .....

٢ - مجموعة كاملة من بوالص الشحن الصادرة لأمر ..... والمظهرة على  
بياض .

٣ - شهادة أصل البضاعة .

٤ - شهادة وزن .

تم معاملات التأمين من قبل ..... في ..... ويكون التأمين  
ضد الاخطار التالية .....

على شحنة واحدة

على عدة شحنات

ويكون الشحن بواسطة

من مدينة

الى مدينة

سي . اند . ف . / سيف / فوب / - بين اليوم

واليوم

اجازة الاستيراد رقم تاريخ رقم موافقة التحويل

الخارجي

تاريخ

هذا الاشعار للمعلومية فقط اما الدفع فيبعد ورود موافقة لندت وتفضلوا  
بقبول فائق الاحترام .

التوقيع

البنك العربي

٣ - نموذج كتاب البنك للمشتري بوصول البضاعة :

البنك العربي

بغداد في

الرقم

حضرة السيد

المحترم

الموضوع اعتماد رقم لصالح

تحية واحتراماً

وبعد يسرنا أن نعلمكم بوصول المستندات الآتية بخصوص دفعة من أصل  
الاعتماد المذكور اعلاه .

١ - فاتورة

٢ - بوليصة شحن

٣ - شهادة أصل وزن البضاعة

٤ - وصل / وصول طرود بريدية

فالرجاء استلام الاوراق ودفع قيمتها حالاً ودعمتم

مدير البنك

## البوليصة المستندية :

يفضل بعض التجار التعامل بالبوليصة المستندية بدل فتح الاعتماد وذلك اذا كانت الثقة واسعة في المشتري فيقوم البائع بشحن البضاعة ويسحب بوليصة على المسحوب عليه المشتري ويخصمها لدى المصرف الذي يحمله مستفيداً ولكي يضمن المصرف الحصول من المسحوب عليه قيمتها يحمل البضاعة مرهونة عنده رهناً حيازياً إذ يشترط ذكر عبارة (على أن يكون تسليم المستندات بعد الوفاء) أو ما يفيد معناها بتسليم أوراق الشحن للمصرف فيرفقها بالبوليصة ويقوم بإرسالها الى قرعه في قطر المشتري ليتسنى له الحصول على قيمتها وإذا امتنع المشتري عن الدفع يحق للمصرف أن يتسلم البضاعة عند وصولها الى ميناء الوصول ومن ثم يقوم بالتنفيذ عليها بوصفه دائناً مرتباً لها .

وفيما يلي ملخص نموذجي للخطوات العملية التي يجب ان تتبع لاستيراد بضاعة من الخارج لمؤسسة كبيرة .

١ - التقرير الشهري : يقوم بأعداد التقرير مدير المخزن بالاشتراك مع ادارة المبيعات والتقرير يعتبر الاساس الذي يوضح الكمية الموجودة من البضاعة الكافية بحيث عندما تصل البضاعة المستوردة تكون البضاعة السابقة قد نفذت او كادت . وتبلغ ادارة المشتريات بالتقرير بعد اعداده .

٢ - طلب الشراء : ان ادارة المشتريات سبق ان حصلت على عروض من المجهزين تختار احسنهم فتنظم ملخصاً بالبضاعة المطلوب استيرادها مع ذكر شروط الدفع والتسليم . وتقدم بطلب لمديرية الاستيراد العامة لتحصل على اجازة استيراد بتلك الكمية .

٣ - استارة فتح اعتماد : بعد الحصول على اجازة الاستيراد تتقدم بطلب لأحد المصارف لفتح اعتماد وذلك بواسطة استارة خاصة تحصل عليها من المصرف .



٤ - استمارة التأمين على البضاعة : عند فتح الاعتماد تتقدم بالتأمين على البضاعة ( واصله المخزن ) وذلك بالحصول على استمارة طلب التأمين من شركة التأمين وبعد ملء الاستمارة تصدر شركة التأمين اشعار تغطية فيدرج رقم اشعار التغطية على استمارة فتح الاعتماد .

٥ - الطلبية النهائية : بعد اجراء الخطوات الآتية الذكر تقوم باعداد الطلبية النهائية وارسلها للمجهز وهذه الطلبية تحوي على ( نوع وثمان البضاعة ، رقم الاعتماد وتاريخه ، رقم اجازة الاستيراد ، طريقة دفع الثمن ، طريقة الشحن ، تاريخ التسليم ومحلله ) .

٦ - وصول كتاب الاعتماد الى المجهز : بعد الانتهاء من الخطوات السابقة كاملا فننتظر من المجهز ان يشعرنا بما اتخذ من اجراء . فيقوم المصرف المحلي بالكتابة الى البنك في بلد المجهز وهذا بدوره يبلغ المجهز بوصول الاعتماد مع العلم ان الطلبية النهائية كانت قد وصلت اليه قبل وصول كتاب الاعتماد.

٧ - الخطوات التي يتخذها المجهز : يقوم المجهز بتجهيز البضاعة ويرفق معها السندات المطلوبة فيبرق لنا او يعلنا برسالة شحنة البضاعة على الباخرة ويذكر لنا التاريخ التقريبي الذي تصل به الى البصرة أو بيروت أو بغداد الخ... ويرسل لنا بواسطة البنك في بلده الى مصرفنا المستندات التالية :

١ - نسخ كافية لأصل فاتورة البضاعة مصدقة من قبل السفارة العراقية في بلد المجهز .

ب - بوليصة الشحن B / L

ج - شهادة المنشأ ( خاصة اذا كانت البضاعة مستوردة من المانيا الغربية او من دول حوض البحر الابيض المتوسط ) .

د - شهادة عدم ادراج الباخرة في القائمة السوداء .

٨ - وصول المستندات وطريقة الدفع : تصل المستندات المذكورة للمصرف قبل وصول البضاعة عادة وعندها يعلمنا المصرف بذلك ويطلب بدفع المبالغ المترتبة على الارسالية مقابل الحصول على المستندات الآتفة الذكر ، فنقوم بدفع المبالغ المطلوبة ونسلم المستندات .

٩ - وصول البضاعة : متى تسلمنا برقية أو رسالة المجهز بشحن البضاعة نقوم بتعقيب الباخرة عن طريق النشرات التي تصدرها مصلحة المواني في البصرة وعندما نتأكد من موعد وصولها نبليغ مدير المخزن بذلك .

١٠ - تخليص البضاعة من حوزة الكمارك : نظهر المستندات لوكيل اخراج ليتسنى له اخراج البضاعة من حوزة الكمارك . فيسلم منا :

١ - اربعة نسخ من فاتورة البضاعة .

٢ - بوليصة الشحن .

٣ - اجازة الاستيراد .

٤ - استمارة التحويل الخارجي .

٥ - شهادة المنشأ .

٦ - شهادة عدم ادراج الباخرة في القائمة السوداء .

١١ - استلام البضاعة : يتسلم مدير المخزن البضاعة بعد مطابقتها مع القوائم ( الفواتير ) ويوقع اشعاراً بالاستلام وينظم قائمة بالكميات الناقصة او التالفة ويرسله لنا خلال يومين على الأكثر لنقوم بتأشير ذلك في سجلاتنا ونصدق فيما اذا كانت محتويات الارسالية كاملة .

١٢ - التعويض : في حالة وجود نقص نتصل بشركة التأمين في الحال فإذا كانت البضاعة قد افرغت ناقصة يرسل لنا وكيل الاخراج شهادة بالنواقص ويحصل على هذه الشهادة من مصلحة المواني فنرسل كتاباً لشركة التأمين لتعويضنا عن المواد الناقصة أو التالفة ونرفق الشهادة بكتابنا الى شركة التأمين .

١ - فاتورة المجهز .

٢ - بوليصة الشحن .

٣ - صورة لبوليصة التأمين .

٤ - شهادة النقيصة ( ان وجدت ) .



الباب الثالث

المراسلات التجارية



### المراسلات التجارية

بما لا شك فيه ان العمليات التجارية تتم أكثرها بواسطة الرسائل فهي الهور الذي يدور عليه انجاز تلك المعاملات ولذا يجب الوقوف على كتابتها واناشها بكل دقة لأن الاهمال وعدم العناية بالرسالة يؤثر على سمعة المؤسسة بالإضافة الى انه قد يوقعها في مشاكل قانونية قد تكون هي في غنى عنها والرسائل التجارية تشمل الرسالة بمفهومها الاعتيادي وكذلك البرقيات والمذكرات الخ ...

والرسالة يجب أن تكون واضحة العبارات معنًى في كتابتها وتسليقها بحيث تعطي لاقراءء فكرة جيدة عن المؤسسة وتوحي بوجود مستوى عال من الكفاءة وتنظيم الأعمال . لأن الرسالة المنظمة والمحررة على ورق جيد والحاوية على جميع المعلومات التي طلبها السائل والحائزة على الاركان الخاصة بكتابتها تعود على كاتبها بالفرض الذي من اجله حررت . فهي اعلان جيد للتاجر .

ان التاجر الصغير قد لا يحرر الرسائل في تعامله التجاري إذ هو يقوم بنفسه بشراء ما يحتاجه من السوق ولكن التاجر الكبير ذا المعاملات التي تتم في داخل القطر وخارجه يحتاج الى الرسائل كوسيلة للاتصال بجميع الاطراف المعنيين لأنها أرخص واسطة للاتصال بالغير لهذا الزم القانون التجاري العراقي مسك دفتر للمراسلات واعتبره من الدفاتر الالزامية ( م : ٤٧ ) وان يحتفظ التاجر بصور الرسائل التي يرسلها مع أصل ما يرده اليه . وان يتبع أحد الطرق الفنية في حفظ تلك الرسائل .

ويجوز ان يمسك التاجر دفترأ واحداً للرسائل يشتمل على جميع مخابراته أو يمسك دفاتر متعددة يخصص كل دفتر لأحد زبائنه. ولكن في الحالات الكبرى يمسك سجل للصادرة وآخر للواردة وترقم الرسائل بأرقام متسلسلة ويخصص لكل عميل اضبارة تحفظ فيها ما يرد وما يرسل له وذلك حسب نظام الحفظ الذي تتبعه المؤسسة .

### انواع الرسائل :

- ١ - رسائل خاصة : وهي الرسائل التي تتداول بين الاقارب والاصدقاء .
  - ٢ - رسائل رسمية : وهي التي تصدر من دوائر الحكومة الى الجهات المعنية .
  - ٣ - الرسائل التجارية : وهي موضوع بحثنا فهي تستعمل في المكاتب بين التجار وتعتبر وسيلة مهمة من وسائل الاثبات على الاتفاقات القائمة بينهم ( م ١٢٩ ) ( ينعقد العقد الحاصل بطريق المراسلة بوصول جواب القبول الى الموجب ) . وتعتبر البرقيات كالرسائل اما المكالمات التلفونية فتعزز برسالة تحتوي على مضمون تلك المكالمة ثم الرسائل التجارية تعتبر أحسن وأرخص وسيلة اعلان للمؤسسة . كما انها تعتبر مستندات يمكن للمحاسب أن يجري تسجيل القيود حسب ما ورد فيها .
- وتقسم الرسائل التجارية الى :

- أ - رسائل عادية Quarto ( ٢١ × ٢٧ سم ) وتستعمل في الرسائل التي تحتاج الى اسهاب وتوضيح مستفيض للموضوع الذي يبعث فيها .
- ب - المذكرات Memorandum ( ١٣ × ٢١ سم ) وتستعمل للتأكيد على رسالة سابقة وقد ترسل بدون غلاف .
- ج - البطاقات Post - Card ( ٩ × ١٤ سم ) وتستعمل لنفس اغراض المذكرات أو الرسائل القصيرة والتي ترسل مفتوحة لفة كلفة البريد .



## أجزاء الرسالة :

١ - الاستهلال Heading يطبع على مستهل الورقة أو في أحد جهتيها من الأعلى اسم المرسل وعنوانه كاملاً وباللغة العربية ( م ١١٢ شركات ) كما ويجب ان يطبع ذلك على جميع الاوراق المستعملة . وإذا كانت شركة أموال فيكتب رأس المال الشركة المساهمة وإذا كانت ذات مسؤولية محدودة فيلحق باسمها ( ذ. م. م ) وتكتب أرقام التليفون والعنوان البرقي وصندوق البريد واسم البنك الذي تتعامل بواسطته والقاموس الاصطلاحي وعبرة ( اشارة لكتابكم ) ( اشارة لكتابنا ) والرقم والتاريخ . الموضوع وقد يطبع الاستهلال باللغتين العربية والانكليزية .

ويستعمل الخط المناسب بالنسبة لعمل المؤسسة وذلك لأن الخط يوحي بما تقوم به المؤسسة واليك نماذج من الخط .

١ - الخط الكوفي يوحي الى القدم :  
بِسْمِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

٢ - الرقعة يوحى بالبساطة :  
لَاتَبِعْ نَقْدًا يَدَيْنِ

٣ - النسخ يوحى الى الدقة :  
الشَّرْطُ أَمْلَكَ عَلَيْكَ أَمْ لَكَ

٤ - الفارسي يوحى الى السرعة :  
اَحْطُوطُ اَبْجَوِيَّةِ الْعِرَاقِيَّةِ

٥ - الثلث يوحى بالاستقرار :  
النَّجْمُ نَصِيفُ الْجَمَلِ

٦ - الهمايوني يوحى الى الهداية والنفوذ :  
لَا تَجْلُكُ كَالْعِلَلِ الصَّامَةِ

### صندوق البريد :

ويرمز له ( ص. ب ) يحجز هذا الصندوق من دائرة البريد وتضمن الرسائل المرسلة المؤسسة برقم ذلك الصندوق فتوضع الرسائل الواردة عند توزيعها فيه ويخصص مستخدم من المؤسسة لجليها من الصندوق في الوقت المناسب وبهذا يضمن وصول الرسائل بروقته للمؤسسة .

### العنوان البرقي :

ويرمز له ( ع. ب ) تتخذ المؤسسات التجارية اسماً أو لفظة للكلمة قد تكون مشتقة من اوائل الحروف المكونة لاسم المؤسسة ويستفاد من العناوين البرقي بأن المرسل عندما يبرق برقية يسجل العنوان البرقي بدل اسم المؤسسة الكامل فتقل كلفة اجور البرقية ويستعمل في الارسال بدل التوقيع . ويسجل العنوان البرقي في ادارة البريد والبرق مسبقاً .

### اللغة الاصطلاحية :

وهي لغة تستعمل لفهما قواميس وأشهر قاموس اصطلاحى هو قاموس ( A. B. C ) وعادة تكتب الطبعة للقاموس . وفي اللغة العربية لا يوجد قاموس اصطلاحى .

ان الفرص من استعمال اللغة الاصطلاحية هو الاقلال من نفقات البرقيات لأن كل اصطلاح تجاري قد يقوم مقام جمل طويلة مثبتة في القاموس ولا تزيد حروف الكلمة الاصطلاحية على خمسة .

### الشفرة :

وهذه تكون اما حروفاً أو أرقاماً أو رموزاً وذلك امناً في السرية ولا

يفهمها الا من تكون لديه مفاتيح الشفرة وتستعملها الحكومة بإبدال مفاتيح الشفرة بين حين وآخر للمحافظة على السرية .

### اسم المصرف :

توضع اسماء المصارف التي يتعامل معها المرسل وذلك لكي يوصي بالثقة المالية التي يتمتع بها لدى المرسل اليهم .

ان كل ما ذكرناه من بيانات ليس ضرورياً أن يوجد في كل مؤسسة اذ قد لا توجد بعض هذه البيانات لدى المؤسسة فلا حاجة لذكرها أو قد توجد بيانات اخرى يمكن ان تضاف . كالعلامة المسجلة أو الوكالات التي بعهدتها المؤسسة ... الخ . ويجب ان ترتب وتنسق هذه البيانات بحيث لا تربك أو تشوه القسم المخصص لها من استهلاك الرسالة . وقد تطبع بالألوان الزاهية لتجلب الانتباه اكثر .

ان الغرض من كتابة الاستهلاك بأعلى الورقة يسهل على المرسل اليه معرفة المرسل وتحرير عنوانه عند الرد على تلك الرسالة . واليك نموذجاً للاستهلاك :

العدد	مخزن التساهل	تلفون
التاريخ	شارع الرشيد	ص. ب
	بغداد - العراق	ع. ب
لغة الاصطلاح A. B. C 1967		
اشارة لكتابتكم	اشارة لكتابتنا	
الى	المحترم	
الموضوع /		

٢ - وجهة الرسالة Inside Address - اسم وعنوان المرسل اليه - تكتب في الجهة اليمنى بعد الاستهلال ويجب أن يذكر العنوان الكامل مع اسم المرسل اليه وذلك ليسهل تحرير العنوان على الغلاف عند وضع الرسالة فيه . وعادة يسبق اسم المرسل كلمة ( السيد ) أو ( فضيلة ) اذا كان من رجال الدين ويلحق الاسم بكلمة ( المحترم او المحترمين ) .

٣ - تحية الافتتاح Salutation : يكتب بعد اسم المرسل اليه عبارة ( تحية واحتراماً ) أو ( بعد التحية ) .

٤ - هيكل الرسالة The body of the letter : تبدأ من السطر الذي يلي التحية ويترك حواشي بوصة أو أقل من بوصة من رأس السطر . ويبدأ مباشرة بما يطلب ذكره في الرسالة . وقد يفرد لكل موضوع رسالة جهد الامكان حتى يسهل إحالتها الى القسم المختص لتلبية الطلب . ويستحسن ان يترك هامش في جانب الورقة لكي لا يمزق جزء من مضمونها عند الحفظ .

٥ - الخاتمة The Subscription : تنهى الرسالة بعبارة رقيقة وتستعمل عادة ( وتفضلوا بقبول الاحترام او الشكر ) .

٦ - التوقيع The Signature : التوقيع هو الباعث للحياة القانونية في الورقة وعليه يجب أن تذييل الرسالة بالتوقيع ويفضل ان يذكر اسم الشخص الموقع ومركزه في المؤسسة . واذا كان مغولاً بالتوقيع عن الشخص الاصيل فيجب ان يسبق العنوان كلمة ( عن ) .

٧ - الملاحظات : قد يتذكر محرر الرسالة بعد انتهائها شيئاً كان يجب ان يذكره أو قد ينبغي زيادة لتوضيح فكرة سبق وكتبها فيضيف الملاحظة وقد تكون ( الملاحظة هامة ) ( N.B ) ويفضل ان يضع تحت كلمة ملاحظة خط لجلب انتباه القارئ لها .

٨ - المرفقات Enclosures : عند الانتهاء من كتابة الرسالة وتوقيعها يكتب كلمة ( المرفقات ) ان وجدت ويذكر تحتها عدد كل مرفق ونوعه .

٩ - تعدد النسخ : قد يقتضي الأمر توزيع الرسالة المصدرة الى جهات عدة ولها علاقة فتذكر اسماء تلك الجهات وعند الصادرة يؤشر على الجهة التي ستُرسل لها الرسالة .

وهذا نموذج تخطيطي لاجزاء الرسالة :

#### (١) الاستهلال

##### (٢) وجهة الرسالة

##### (٣) تحية الافتتاح

#### (٤) هيكل الرسالة

##### (٥) الخاتمة

##### (٦) التوقيع

##### (٧) الملاحظات

##### (٨) المرفقات

##### (٩) تعدد النسخ

الغلاف : The Envelope تغلف الرسالة الصادرة باستثناء بطاقات البريد والسبب يرجع الى :

(١) حفظ مربية الرسالة وعدم تلوثها .

(٢) عدم تعرض المرفقات بالرسالة للضياع أو التمزيق .

(٣) شعور المرسل اليه باهتمام المرسل .

يجب ان لا يقل الاهتمام بالغلاف عن الاهتمام بالرسالة لأن الغلاف هو الاعلان المفتوح عن المؤسسة وعليه يجب ان يختار بحيث يناسب حجم الرسالة بعد طيها حتى يمكن وضعها بسهولة مع وجود فراغ في الجوانب ليسهل فتحها بتمزيق الغلاف .

كما يجب ان يطبع اسم المرسل وعنوانه بالكامل على جزء مناسب من الغلاف ليسهل اعادة الرسالة عند مجهولية محل المرسل اليه .

اما كتابة اسم المرسل اليه وعنوانه كاملاً فيجب ان يحتل وسط الغلاف ويترك فراغ كافٍ للصق الطابع . واذا كانت الرسالة ستبرد جواً يجب ان يختار الغلاف من الأغلفة المستعملة للبريد الجوي أو يكتب عليه (البريد الجوي) وقد استحدثت الأغلفة الشفافة وقد اخذت تستعمل هذه الأغلفة بصورة واسعة في للتجارة لسهولة استعمالها ثم تعصم المؤسسة من الخطأ فلا توضع الرسالة في غير الغلاف المخصص لها . تستعمل هذه الأغلفة بان تطوى الرسالة بحيث تجعل وجهة الرسالة ظاهرة وتوضع داخل الغلاف فيظهر ذلك من الجزء الشفاف في الغلاف .

ان طي الرسالة طياً منظماً يعطي فكرة حسنة لنظام العمل في المؤسسة . وبعد طي الرسالة وتغليفها يلصق عليها الطابع وترسل الى اقرب صندوق بريد لرميها فيه . ويجب ان يمسك سجل خاص للطوابع تسجل فيه ارقام الرسائل التي صرف لها طابع وقفة الطابع ليسهل محاسبة المستخدم المكلف بهذا العمل .

#### الرسائل الصادرة والرسائل الواردة :

١ - الرسائل الصادرة : وهي التي تحررها المؤسسة اما للدخول بعاملة جديدة

أو للاستفسار عن معلومات خاصة أو جواباً لرسالة سابقة .

ان تحرير مسودات الرسائل يقوم به السكرتير وتعرض تلك المسودة للمدير للتوقيع ثم ترسل للطبع وتعاد للسكرتير ليطباقها مع المسودة وتعرض للمدير مرة أخرى للتوقيع ثم ترسل للصادرة ليسجل لها رقم صادر في سجل الصادرة وتؤرخ ثم توضع في الغلاف المناسب لحجمها ويجب التأكد من وجود المرفقات كاملة ان وجدت وتلتصق لها الطوابع اللازمة واذا كانت معنونة لشخص في نفس المدينة فلا تصرف لها طوابع بل تملطى للموزع بعد تسجيلها بدفتر اليد ليوقع به الشخص الذي استلم الرسالة .

دفتر الطوابع : يمك دفتر للطوابع ويسجل به كل طابع يصرف ويشار الى رقم الرسالة الصادرة التي صرف لها الطابع .

٢- الرسائل الواردة : ترد للمؤسسة رسائل من مختلف الجهات فعليه يجب تصنيفها ، فتعزل الرسائل الشخصية منها وتوصل لأصحابها ، اما التي تخص المؤسسة فيمسك لها سجل خاص تسجل به وتمطى كل رسالة رقم وارد ويسجل موضوعها والجهة المرسة ومن ثم تقدم المدير وبمدها توزع بموجب سجل آخر الى الشعب المختصة للاجابة عليها .

### سجل الصادرة والواردة :

ان اهمية هذا السجل تظهر عندما يطلب الرجوع للرسالة وقد يمك سجل واحد يخصص جانب منه للصادرة وجانب للواردة أو يمك سجلان وذلك ليسهل تقسم العمل ، ان تبويب هذين السجلين يكون حسب مقتضيات العمل . وهذا نموذج لمصفحة مبنية للرسائل الصادرة .

## التاريخ

التسلسل	اسم المرسل اليه وعنوانه	عدد المرفقات	الاخبار التي حفظ بها	الموضوع	الملاحظات

أما سجل الواردة فيحتوي على التاريخ ، التسلسل ، تاريخ الرسالة ، رقما ، اسم المرسل ، المرفقات ، الموضوع ، الشبلة المختصة للرد عليها .

## الحفظ والتصنيف<sup>(١)</sup>

بما لا شك فيه انه لا يمكن ان تترك الرسائل والمستندات تتكدس فوق بعضها دون تنظيم وترتيب إذ يتعذر الرجوع إليها ثم انها تكون عرضة للتلف والفقدان ثم ان القانون التجاري الزم ( م ٥١ ) كافة التجار أو من يخلفهم في معاملاتهم ان يحفظوا الدفاتر التجارية الازامية ، دفاتر المراسلات ، دفتر اليومية ، دفتر الجرد لمدة خمس عشرة سنة اعتباراً من تاريخ آخر معاملة فيها وعليهم كذلك حفظ الرسائل والبرقيات والأوراق لعين المدة ( اعتباراً من تاريخها ) .

(١) من بيني الاستفاضة يمكنه الرجوع لؤلؤنا مع الدكتور فؤاد عبد القادر عبداه  
( تنظيم المكتب والسكرتارية )



طرق الحفظ : توجد طرق عديدة لحفظ الرسائل في الأضابير المعدة لها  
ولكل طريقة مزاياها . ومن انواع طرق الحفظ هي : الافقية ، الواقفة ،  
والرأسية ( المعلقة ) اذ تعلق الأضابير داخل المجلات بواسطة ماسكات .

التصنيف : ان الحفظ والتصنيف يكملان بعضهما البعض الآخر ومن أم  
طرق التصنيف :

(١) الطريقة الایحدية

(٢) الطريقة المددیه

(٣) الطريقة للتاریخیه أو الزمنية

١ - الطريقة الایحدية : وبموجبها ينظم لكل عميل أو موضوع اضبارة خاصة  
وترتب الأضابير في حفظها حسب ترتيب الحروف الایحدية كما هو متبع في  
ترتيب الاسماء بدليل التلفون . وتفصل مجموعة أضابير كل حرف عن  
الحرف الآخر بطاقة ارشاد بارزة يكتب عليها الحرف بوضوح . وعادة  
توضع الأضابير في مجرات مناسبة .

٢ - الطريقة المددیه : ان هذه الطريقة شائعة الاستعمال في المؤسسات التي  
تتعامل مع عدد كبير من العملاء إذ يعطى لكل عميل رقم تسلسل ويكتب  
الرقم على الاضبارة وتحفظ الاضابير حسب تسلسلها ويكتب على كل مجر  
ارقام الاضابير التي بداخله من - الى - ويعمل فهرس بدفتر أو على شكل  
بطاقات تخصص لكل اضبارة بطاقة يكتب عليها اسم العميل ورقم  
الاضبارة وترتب تلك البطاقات حسب الحروف الایحدية ومن تلك  
البطاقات يمكن استخراج رقم الاضبارة واذا مسك دفتر ترتيب الاسماء  
فيه حسب الحروف الایحدية ويمطى لكل اسم رقم الاضبارة .

٣ - الطريقة التاريخية أو الزمنية : تصنف الرسائل حسب تواريخها وتستعمل هذه الطريقة في حفظ أوراق القبض حسب تاريخ استحقاقها .

### أشكال الرسائل :

تختلف الرسائل باختلاف الغرض الذي حررت من اجله وقد شرحنا سابقاً وسائل الاستفسار والتسوية والطلب وسنمطي نماذج لهذه الرسائل وباقي انواع الرسائل والتي أهمها :

١ - رسائل طلب وظيفة .

٢ - رسائل الشكوى .

٣ - التعاميم التجارية - المناشير -

٤ - بطاقة الدعوة لاجتماع الهيئة العامة في الشركات المساهمة .

واليك نماذج لكل من رسائل الاستفسار والتسوية والطلب :

العدد ٢٦	سميد صالح تجارة وقسيون	التلفون : ٨٦٤١٢
	شارع الرشيد	العنوان البرقي : سميد
التاريخ ١٩٦٦/١٠/١٥	بغداد	ص.ب ١٣٢
	المراق	

الى السادة شركة خير الدين وشركاه ( ذ.م.م ) المحترمين

شارع الهرم - القاهرة

الجمهورية العربية المتحدة

بعد التحية

يسرنا أن نخبركم بأننا نرغب في الشراء والتعامل مع شركتكم لتجهزنا بالأقمشة القطنية فترجو ارسال غاذج من انتاج شركتكم لمختلف اصناف الأقمشة مع بيان سعر كل صنف ونرجو ان توضحوا لنا شروط الدفع والتسليم التي تلائمكم .

وتقبلاوا فائق التحيات

التوقيع  
سعيد صالح

وهذا نموذج لرسالة تسعيرة :

شركة خير الدين وشركاه ( ذ. م. م )

العدد ١٦٣٥ شارع الهرم - القاهرة  
الجمهورية العربية المتحدة  
تلفون : ٩٦٤٧١  
ص. ب ٦٣٢  
ع. ب: الهرم

شارع الهرم - القاهرة - ١٩٦٦/١١/٣

الى السيد سعيد صالح المحترم

شارع الرشيد - بغداد - العراق

اشارة لكتابكم  $\frac{٢٦}{١٩٦٦/١٠/١٥}$  اشارة لكتابنا

بعد التحية

تسلنا رسالتكم التي طلبتم فيها معرفة اسعار الأقمشة القطنية ويسرنا أن نفيدكم اننا نرفق مسطرتين من انتاج معاملنا وأسعارنا كالاتي :

١ - الهمايون الابيض بكل طول ٣٤ متراً سعر - ١٨ / ٣ باوند .

٢ - الابيض المادي علامة الاسد بكل طول ٣٢ متراً - ١٧ / ٢ باوند .

والدفع يكون بفتح اعتماد وسيكون تسليم المال بعد شهر من تاريخ فتح

الاعتاد وطريقة التسليم سيف / بصرة .

ونأمل أن تحوز أسعارنا وشروطنا موافقتكم وتبشر بطلبكم وتفضالوا  
بقبول فائق الاحترام .

التوقيع  
خير الدين وشركاه  
مدير الشركة

وهذا نموذج لرسالة الطلب :

العدد ٣٧	سميد صالح	التلفون : ٨٦٤١٢
التاريخ ١٩٦٦/١١/١٥	تجارة وقسيون	العنوان البرقي : سميد
	شارع الرشيد	ص. ب. : ١٣٢
	بغداد	

الى السادة شركة خير الدين وشركاه ( ذ. م. م ) المحترمين

شارع الهرم - القاهرة  
الجمهورية العربية المتحدة

بعد التحية

وصلتنا تسعيرتكم الاخيرة برسالتكم المرقمة ١٦٣٥ والمؤرخة في ١٩٦٦/١١/٢  
ويسرنا أن نخبركم بأننا قد فتحنا لصالحكم اعتماداً لدى مصرف الرافدين  
برقم ٣٦٣٧٤ لتجهيزنا مئة طول همايون ومئة طول قماش أبيض عادي علامة  
الاسد على أن يكون سعر الهايون ٣٤ متراً ١٨ / ٣ باوند وسعر الابيض العادي  
٣٢ متراً بسعر ١٧ / ٢ باوند .

التوقيع  
سميد صالح

وتفضالوا فائق الاحترام

### التعويض التجارية - المناشير :

وهذه الرسالة لا تعنون الى شخص معين بالذات بل الى مجموعة من الناس وتطبع بنسخ كثيرة حسب الغرض وقد تكون موقعة أو خالية منه وتوزع بالبريد العادي . أما أسباب تنظيم المنشور هي :

- ١ - عند تأسيس محل جديد أو اجراء تحسين في المحل أو توسيعه أو اجراء تخفيض في السلعة .
  - ٢ - عند انتقال المحل الى محل آخر .
  - ٣ - عند اشتراك أو انزال شريك في الشركة أو حلها .
- واليك نموذجاً للمنشور :

شركة الصناعات الخفيفة ( ش. م ) - بغداد  
رأس المال ١,٠٠٠,٠٠٠ دينار

يسر شركتنا أن تعلن للجمهور العراقي عن اجراء تخفيض في أسعار التلفزيون الذي تنتجه شركتنا بنسبة ١٠٪ من قيمته الحالية مع العلم أننا قد اجرينا تحسينات عديدة عليه كما واننا نضمن كل جهاز ستة أشهر بتصليه مجانيًا .  
فزوروا معرض شركتنا الحديث في الباب الشرقي ستجدون فيه ما يسركم من مختلف انتاجات شركتنا وهي مسرة

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام .

### ٢ - رسالة طلب وظيفة

يتحتم على كاتب رسالة (عريضة) طلب وظيفة أن يمتني بها عناية تامة حتى

تحقق الغاية التي من أجلها حررت .

تحتوي الرسالة على المصدر الذي فهم منه وجود الشاغر والمؤهلات التي تتوفر فيه والشهادات والوثائق التي لديه وعند تقديم الطلب لدوائر الحكومة يجب ان يكون التوقيع على طابع مالي فئة (٥٠) فلساً .

واليك نموذجاً لعريضة طلب وظيفة :

حضرة مدير شركة استخراج الزيوت النباتية (ش.م.م) المحترم

بعد التحية

اطلعت على الاعلان المنشور في جريدة ..... بعدد .....  
الرقم ..... في ..... والذي طلبت فيه كاتباً للمخازن .  
يسرني أن أقدم لأشغل هذه الوظيفة مع العلم بأنني متخرج من اعدادية التجارة  
لسنة ..... وكنت قد اشتغلت بشركة ..... والتي  
انتهت اعمالها في العراق ولدي وثيقة تثبت ذلك ويمكن لحضرتكم الاستفسار من  
اعدادية التجارة عن حسن سلوكي ونشاطي العلمي واني على استعداد للاشتراك  
في الامتحان المعلن عنه . ولي وطيد الامل بأن سيحظى طلي هذا برضاكم .  
وتقبلوا فائق الاحترام

التوقيع

مدحت حسين

كرادة مريم	٥
بغداد	٣٦

### ٣ - رسائل الشكاوى

قد يحدث اختلاف بين المشتري والبائع حول البضائع المرسلة فقد يكون جزء منها تالفاً أو تأخر وصولها أو نقص في كميتها المرسلة عن المبين في الفاتورة أو غير ذلك .

ان هذه الاضرار لا يمكن تعينها أو مسيها لأول وهلة وعليه لا يمكن  
محاسبة المصدر وتحمله تبعة المسؤولية جزافاً فلا بد من كتابة رسالة لتوضيح  
التقص ولكي يتسنى حصر المسؤولية ومحاسبة المقصر .

وهذه صورة شكوى :

السادة شركة الطباعة والنشر (ذ.م.م) المحترمين

بعد التحية

وبعد ، فقد تسلفنا منكم بموجب الفاتورة المرقمة ٧٥ والمؤرخة في ١٥ الجاري  
عشرين بند ورق المرسلة بالقطار الينا وظهر بندان منها ورقة اسمر ونحن نعتقد  
بأن ذلك قد حدث سهواً نرجو اجراء ما تروونه مناسباً .

التوقيع

وتفضلوا فائق الاحترام

اما رسائل الشكوى المقدمة للمحاكم بخصوص تأخير دفع مبالغ مستحقة  
فانها تقدم بعريضة فاذا كانت المبلغ المطالب به اقل من مئة دينار فتعرض  
الشكوى للمحاكم الصلح اما ما زاد عن مئة دينار فتعرض الدعوى للمحاكم البداية  
وعادة يبين في العريضة الاسباب التي تثبت أحقية المطالبة في الدين فيذكر رقم  
المقد وتاريخه لأننا كما بينا في البيع بالاقساط ان تكتب كميالات بالاقساط وأن  
تمرز تلك الكميالات بمقد مصدق لدى كاتب عدل . واليك نموذجاً لعريضة  
اقامة دعوى :

حضرة السيد حاكم (بداة ، صلح) لواء \_\_\_\_\_ المحترم

المدعى :-

المدعى عليه :-

## جهة الدعوى

لي بذمة المدعى عليه مبلغاً قدره ( \_\_\_\_\_ ) ديناراً بموجب  
كبيال مؤرخة في / / . ومستحقة الاداء وان المدعى عليه يمتنع عن  
الدفع رغم المطالبة والاستحقاق .

## الاسباب الثبوتية :

١ - ( كبيال أو بوليصة مؤرخة في / / ١٩ \_\_\_\_\_ ومستحقة الأداء في / / ١٩ \_\_\_\_\_ )

وسائر البيانات القانونية الاخرى .

## الطلب :

أطلب ( وضع الحيز الاحتياطي على \_\_\_\_\_ ) تعيين يوم المرافعة  
والزامه المبلغ المدعى به وتحمله اجور المحاماة والفائدة القانونية وكافة المصاريف

المدعى -

٥٠  
فلساً

توقيع

رسالة اعتذار : ينظم البائع رسالة الاعتذار للمشتري لتلافي الخطأ الذي  
وقع فيه ولكي يحافظ على ثقة المشتري به وتكون الرسالة رقيقة وذلك بمره  
الحلول المناسبة لتلافي ذلك الخطأ . واليك نموذجاً للرد على رسالة الشكوى .



السيد \_\_\_\_\_ المحترم

تحية واحتراماً

إشارة الى كتابكم المرقم ... والمؤرخ ... . يؤسفنا جداً ان نبين لكم بأن الخطأ قد وقع من المحالين بأرسال البندين من الورق الاسمر وذلك بأثناء الشحن ويسرنا ان نعلمكم بأننا على استعداد تام لإجراء ما تفضلون ان نقوم به فأما نسجلها على حسابكم بفرق سعر ١/٢٥٠ دينار لكل بند ونرسل لكم عرضها بعد ذلك بندين من الورق الابيض او ترجموها الينا ونخصمون جميع المصاريف من حسابنا معكم .

واننا نعتذر جداً لهذا الخطأ الذي ازعجكم كما ونعدكم بأن أي خطأ من هذا القبيل لن يحدث في المستقبل .

وتقبلوا فائق الاحترام

التوقيع

#### بطاقة الدعوى لاجتماع الهيئة العامة في الشركات المساهمة

الزم قانون الشركات اعضاء مجلس الادارة دعوة الهيئة العامة في الشركات المساهمة سنوياً وذلك بعد تنظيم الميزانية العمومية بستة اشهر على الاكثر واذا لم يتم مجلس الادارة بذلك قولى ذلك مسجل الشركات . وفي بطاقة الدعوى يجب ذكر منهج الاجتماع ورفق معها الميزانية وقوزع بطاقات الدعوة قبل خمسة عشر يوماً على الاقل من الاجتماع وينشر في صحيفة لمرة واحدة على الاقل . واليك نموذجاً لدعوة اجتماع الهيئة العامة :

شركة ..... ( م . م )

رأس المال .....

بفداد

حضرة العضو السيد \_\_\_\_\_ المحترم

بعد التحية

لقد تقرر عقد الاجتماع السنوي الاعتيادي للهيئة العامة للشركة في الساعة  
\_\_\_\_\_ من صباح يوم \_\_\_\_\_ الموافق / / في بناية \_\_\_\_\_  
وسيكون منهج الاجتماع كما يلي : -

١ - تلاوة تقرير مجلس الادارة

٢ - تلاوة الميزانية العامة للحسابات المنتهية في \_\_\_\_\_ ومناقشتها

٣ - الموافقة على الحسابات وإبراء ذمة اعضاء مجلس الادارة .

٤ - النظر باقتراح مجلس الادارة بتعيين مراقب للحسابات السيد \_\_\_\_\_  
وتعيين الاجور .

٥ - انتخاب اعضاء مجلس ادارة جدد وتعيين اجورهم

٦ - البحث في الاقتراحات الخاصة بالاستقراض والرهن والكفالات

المدير المفوض

ملاحظة :

وفي حالة تعذر حضوركم يمكنكم توكيل شخص آخر من المساهمين على الوكالة  
المرفقة وارسالها الى مركز الشركة قبل الاجتماع بثلاثة ايام على الأقل

المرفقات :

١ - الميزانية العمومية المنتهية في \_\_\_\_\_

٢ - تقرير مراقب الحسابات على الميزانية

٣ - صك وكالة

صكّ الاتّابة :

شركة \_\_\_\_\_ (ش . م )

رأس المال \_\_\_\_\_

الى السادة شركة \_\_\_\_\_ المحترمين

بغداد

اني \_\_\_\_\_ العضو في شركة \_\_\_\_\_ قد عينت بهذا السيد

\_\_\_\_\_ وصكيلاً عني للتصويت بالنيابة عني في الاجتماع العام العادي  
المزمع عقده في \_\_\_\_\_ وفي كل اجتماع يؤجل اليه ذلك الاجتماع .

التوقيع

عدد الاسهم التي يملكها



الباب الرابع  
المصارف



## المصارف - البنوك The Banks

المصارف هي المحلات التجارية التي تقبل ايداع النقود واستردادها واقراضها بضمان وكذلك تقوم بختم الاوراق التجارية وتحصيلها ورهنها والتوسط في بيع وشراء الاوراق المالية وإيجار الصناديق الحديدية - القاصات - كما تقوم بالتجار بالمعادن النفيسة .

ان جميع المصارف في العراق حكومية اذ كانت بعضها اهلية منها رأسمالها وطني أو أجنبي أو مشترك وقد أمت جميعها بقانون التأميم ٩٨ سنة ١٩٦٤ ثم صدر قانون المؤسسات العامة رقم ١٦٦ سنة ١٩٦٥ جعلها تابعة الى المؤسسة العامة للمصارف التابعة لوزارة المالية .

وتقسم المصارف بصورة عامة في العراق الى :

١ - البنك المركزي العراقي : ويمتلك امتياز اصدار العملة ومراقبتها وفتح حساب جاري لدوائر الحكومة والمصارف الأخرى كما يقوم بتسليف دوائر الدولة الرسمية وشبه الرسمية ورقابة المصارف والقيام بالأعمال الناجمة عن مراقبة التحويل الخارجي .

٢ - المصرف العقاري : ومهمته اقراض المواطنين بمبالغ موثوقة بأموال غير منقولة ولمدة طويلة حسباً تحدده البيانات التي تصدر بين حين وآخر لتمكين الحد الأعلى للقروض ومددها مستهدفاً تشجيع الافراد على بناء دور جديدة

لتخفيف حدة أزمة الساكن وتشغيل الايدي العامة .

٣ - المصرف الصناعي : وهدفه تقديم المساعدة للصناعات الناشئة للنهوض باعمالها باقراضها أو المشاركة في رؤوس الاموال المستثمرة فيها .

٤ - المصرف الزراعي : وهدفه معاونة الزراع والنهوض بالزراعة بمنح القروض المؤتوقة ولمدة قصيرة الأجل كما يقوم ببيع الآلات الزراعية والماشية والاصمدة والبذور ويتوسط في بيع المحصولات الزراعية وتنقيحها وتأجير الآلات الزراعية ، ولكن جل عمله مقتصر الآن على تقديم القروض المؤتوقة ولمدة قصيرة .

٥ - مصرف الرهون : ومهمته الآن مقتصرة على الاقراض المؤتوق بالذهب أو المجوهرات واقراض موظفي الدولة ومستخدميها بضمان شخص آخر وتمهد دائرة المقترض باستقطاع اقساط القرض مباشرة من راتبه .

٦ - مصرف التسليف التعاوني : وهدفه اقراض الجمعيات التعاونية ولكن أغلب استثماراته اتجهت لاقراض جمعيات بناء المساكن .

٧ - المصارف التجارية : ان بعض أعمال هذه المصارف يقوم به الصيارفة ولكن هؤلاء تقلصت اعمالهم بمد منهم من المتاجرة بالعملة الاجنبية . ان هذه المصارف مهمة بالنسبة لما تقدمه من خدمات كبيرة للتجار والاعمال فيها مقسمة الى شعب وهي :

١ - الحساب الجاري ٢ - الاوراق التجارية ٣ - الحوالات - الكامبيو

٤ - التوفير ٥ - الاوراق المالية ٦ - الخزائن ٧ - الاعتمادات

( سبق شرح هذا الموضوع مفصلاً في صفحة - ٧٣ )



## ١ - شعبة الحساب الجاري

تفتح الحسابات بهذه الشعبة على نوعين ، الحسابات الجارية وحساب الابداع لمدة محدودة .

الحسابات الجارية Current Accounts : - ويقصد بها ايداع المبالغ والجكوك في المصرف من المودعين باسمهم وسحب أي مبلغ منها في حدود رصيدهم ( إلا السحب على المكشوف ) بموجب جكوك والمبالغ المودعة بدفعات مختلفة قابلة للتحويل فتسجل ديناً للمودع على المصرف يستحق دفعه عند الطلب ويقوم المصرف بتقديم كشف حساب ( بالمودعات والمسحوبات والرصيد ) شهرياً على الأقل وعادة لا تعطى فوائد على المودعات في الحساب الجاري كما لا تسمع الدعاوي المتعلقة بتصفيته وبالأغلاق الحسابية بعد مضي خمس سنوات اعتباراً من تاريخ غلق الحساب ( التقادم التجاري ) .

### اجراءات فتح الحساب الجاري :

يقدم المصرف للعميل طالب فتح الحساب استمارة مطبوعة ليملي ما ورد فيها من امثلة وفراغات ثم يؤخذ لتوقيعه على بطاقة خاصة وتحتوي على اسمه ومهنته وعنوانه ، وقد يؤخذ نموذج التوقيع في سجل خاص . ثم يودع ما يشاء من المبالغ وذلك بتسجيلها على قسيمة ابداع ( حافظة ابداع ) مطبوعة يجهزها المصرف للعملاء . ان بعض المصارف تستعمل نوعين من القسائم احدها للمودعات النقدية وأخرى للجكوك ( صفحة ٤٥ ، ٤٦ ) وبمجرد ايداع المبلغ الأول يعتبر الحساب الجاري مفتوحاً للعميل فيزوده المصرف بدفتر يحوي على مجموعة من الجكوك يختلف عددها حسب رغبة العميل ، وعادة يتراوح عددها من ( ١٠ - ١٠٠ ) جكوك في كل دفتر ، كما ويحتوي الدفتر على الطلب الخاص لدفتر جكوك ليمليه العميل ويرسله للمصرف عند ما يرى ان الدفتر الذي بحوزته على وشك الانتهاء ، فيجهز بدفتر جكوك آخر بعد ان يوقع على تأييد خاص بفسله .

١٩٦

الى

مدير مصرف الراجحي

رأجنا كشف رصيد / حسابنا الجارى طرلكم  
لغاية ..... فوجدناه صحيحا وان رصيدها

فى هذا التاريخ مدين / دائن ببلغ .....

و ..... فليس ( فقط )

(

الاسم

الموافق

مصرف الراجحي

الرقم

١٩٦

الى

بعد التبعة

نشرف بأن تبين اذناه / كشف / رصيد حسابكم الجارى  
طرنا فى نهاية يوم ..... ومنه يتضح بأن

رصيدكم الاخير ..... ببلغ .....

و ..... فليس ( فقط )

(

فاذا وجدتم هذا الرصيد صحيحا فرجو التكرم بالتوقيع  
على المصادقة المرفقة بما يقيد صحة هذا الحساب واعادتها  
الىنا بأسرع وقت ممكن مع دفتر حسابكم (باص بولك)  
لاكان القيدود فية حتى التاريخ الاخير .  
جزيل الشكر سلفا .

٢٠/٥

## كشف الحساب :

يرسل المصرف كشفاً لكل عميل في نهاية كل شهر على الأقل ليقف على صحة حسابه وقد تنظم بعض المصارف دفترأ يسمى دفتر الحساب Pass Book ليقوم مقام الكشف . ( يراجع صفحة (٤٢) )

## الاعتراف بصحة الحساب :

يرسل المصرف ومراقب الحسابات في نهاية كل سنة مالية رسائل للعملاء تتضمن ارصدتهم في المصرف لغاية ذلك التاريخ ويطلب منه تأييد الرصيد على جزء من الرسالة صمم ليسهل فصله بسهولة واليك نموذجاً في صفحة (١١٢) .

## السحب على المكشوف Overdraft

وتنح المصارف بعض عملائها بعد الاستيثاق منهم اهتيازاً يسمح لهم بسحب مبالغ معينة تريد عن رصيدهم المودع ويسمى هذا السحب الزائد سحب على المكشوف ويتقاضى المصرف فائدة يتفق على سعرها .

## حساب الایداع أو الامانات النقدية Deposit Account

ويتكون هذا الحساب من ايداع العميل مبلغاً لدى المصرف ولمدة معينة لا يجوز ان يسحب منه خلالها وذلك مقابل فائدة يقدمها المصرف على تلك المودعات . واذا اقتضى الأمر وجري سحب منها فيحرم من الفائدة . ويجري السحب والایداع بمسندات صرف وایداع .

## ٢ - شعبة الاوراق التجارية

تقوم هذه الشعبة بنخص الاوراق التجارية (السند للأمر والبولیصة) أو تحصيلها أو رهنها وسنوضح هذه الأعمال . وذلك باملاء استمارات يقدمها المصرف كما هو موضح



# مصرف الزاڤدين

وصل تسليم كتيالات

الى مصرف الزاڤدين

تزيد تسليمنا الكميالات / المولات المدرجة تفصيلها أدناه

لفرض خصمنا استأداً لشروط هذا المصرف الخاصة بقطع الأوراق.

اسم المجر الأنتم

التوقيع :

توقيع الموظف :

التاريخ ١٩ / /

رقم الكميالة	تاريخ الانعام	طنس	دينار	الاستحقاق	الدين	حزان الدين والعمرون الأعمرون
١						
٢						
٣						
٤						
٥						
٦						
٧						
٨						
٩						
١٠						
		المجموع				

طع ٨ أ

٩٩٩/٩

خصم الأوراق التجارية Discounting Bills من الوظائف المهمة للأوراق التجارية انها تمكن حاملها الحصول على مبالغها قبل تاريخ استحقاقها وينقص منها مصاريف تدعى مصاريف قطع أجيو Agio ( أو بالأحرى يشترها ) والمصاريف التي تستقطع تتكون من الفوائد لغاية تاريخ الاستحقاق الذي يجب ان لا يزيد مداه عن الثلاثة أشهر وعمولة تتناسب مع قيمة الورقة ومصاريف التعصيل . وقد مكنت عملية خصم الاوراق التجاري من البيع بالاقساط كما ان

المصرف يستفيد من تشغيل المبالغ المودعة لديه وإذا لم تتوفر لديه المبالغ الكافية يتمكن من إعادة خصم الاوراق لدى مصرف آخر وعادة يكون ( المصرف المركزي ) ولكن بسعر فائدة أقل فيستفاد من الفرق بين السعيرين .

ان قطع الاوراق يكون بموجب اتفاق مسبق مع المصرف لتحديد سعر القطع واقصى مبلغ يتقبل المصرف دفعه للعميل مقابل الاوراق المخصومة لديه . وبمدها تعطى للعميل استارة خاصة مطبوعة تدعى ( حافظة الخصم ) تسجل فيها البيانات المطلوب املؤها ثم تظهر الاوراق للمصرف فيتولى تبليغ المدينين لتسديدها في تاريخ الاستحقاق . وعند امتناع احدهم عن الاداء قد يتفق مع المصرف القيام بسحب الاحتجاج او يمدها لمن ظهرها له لتكلف ذلك الشخص بسحب الاحتجاج .

ايداع الاوراق التجارية برسم القبض Collection of Bills يتفق المصرف مع عميله على تحصيل الاوراق التجارية مقابل عمولة تحصيل وذلك بتبليغ المدينين للاداء بتاريخ الاستحقاق . وبذلك سهل على التجار الحصول على المبالغ من المدينين في بلدة اخرى . او الذين ليس لديهم العدد الكافي من المستخدمين والكتبة . لايداع الاوراق تظهر تظهر أو توكيلياً وتقدم مع استارة خاصة مطبوعة تملأ ما فيها من بيانات واليك النموذج بتنزيل الاوراق برسم القطع او القبض في الصفحة التالية .

### ٣ - شعبة الحوالات - الكامبيو

تقوم المصارف بتحويل المبالغ بين الأشخاص لايفاء ذمتهم وقد تكون الديون داخلية او خارجية .

أولاً - وفاء الديون الداخلية : - المقصود بها وفاء الديون بين شخصين في نفس الدولة . وتسدد الديون :

## أ - التحويل الحسابي :

وذلك بأن يحول مبلغ من حساب العميل الجاري الى حساب جاري دائنه .

## ب - الجيكات والحوالات المصرفية :

وذلك بأن يطلب العميل من المصرف اصدار حوالة أو جيكا لأمر المستفيد واستحقاقه لدى الاطلاع ( حين الطلب ) ويكون المسحوب عليه فرع المصرف أو أحد وكلائه في بلد المستفيد وقد ينظم المصرف حوالة فيسمى ذلك « تحويل مصرفي » . والفرق بينها ان الجك يسلم للعميل والحوالة يرسلها المصرف مع بريده . وكما ترسل الحوالة بالبريد المادي يجوز الطلب بإرسالها برقياً .

وفي جميع الاحوال يتقاضى المصرف عمولة على قيامه بهذه الخدمات .

ثانياً : وفاء الدين الخارجية : وهذه لا تختلف عن وفاء الدين الداخلية سوى موافقة مديرية التحويل الخارجي ويكون التحويل لأجراء الدفع لأي غرض عدا الاستيراد والسفر وغلاً استهارة خاصة لدى المصرف وبمعرفة العميل . وتحسب العملة على اساس سعر الصرف الرسمي .

جكوك المسافرين : - تباع المصارف جكوكاً للمسافرين ولهذه الجكوك فئات مختلفة تتراوح بين ٢٠ - ٥ دنانير تعطى للمسافر بمحدود المبلغ المسموح به تجويله ويمكن ان يصرف الجكوك في أي مصرف في البلد الاجني .

## ٤ - شعبية التوفير

تقوم المصارف بقبول مدخرات الافراد وتعطى فوائده على المودعات وتشجيعاً للدخار عملت بعض المصارف على اعطاء المودع بوليصة تأمين على الحياة بمحدود ١٠٠٠ دينار وبلا اجراء فعص طي على ان يدفع المصرف ضعف المبلغ المودع بشرط اذا حدثت الوفاة قبل بلوغ المودع ٦٠ سنة

ومضى على ايداعه ستة اشهر . ويزود المدخر دفترًا إذا رقم متسلسل تسجل فيه الودعات والمسحوبات والرصيد . ويجري السحب والاياداع بموجب مستندات صرف وايداع .

#### ٥ - شعبة الاوراق المالية ( اسهم ومندات الشركات )



لهذه الاوراق أسواق خاصة لتداولها وقد تكون تلك الاسواق منظمة كالبورصات Stock Exchange او تقوم بذلك المصارف من بيع او رهن . كما تقوم بعملية اجراء الاكتتاب باسم الشركات عند طرحها للجمهور ( م ٥١ - أ - شركات ) .

وفي العراق بالنظر لتأميم غالبية الشركات المساهمة صار فتح هذه الشعبة في المصرف أمراً غير عملي في الوقت الحاضر وذلك لقلّة الاسهم المتداولة .

#### ٦ - شعبة الخزائن ( القصاصات )

تقوم المصارف بتهيئة خزائن ( قاصات ) باحجام مختلفة لتأجيرها للعملاء فيضون فيها الاشياء الثمينة كالمجوهرات والمقود الهامة وغيرها .

ويكون لكل خزانة مفتاحان احدهما يعطى للعميل والآخر يبقى في المصرف ويحفظ داخل غلاف خاص يختم بالشمع الاحمر وبحضور العميل وعند فتح الخزانة يقوم بذلك مستخدم في المصرف ويستعمل مفتاح المصرف وبمدها تقفل . ويجري ذلك بحضور العميل .



### الكفالات ( خطابات الضمان )

تقوم المصارف بكفالة الاشخاص عندما يطلب منهم تقديم كفالة من شخص ضامن . وتصدر الكفالة لقاء تأمينات نقدية او قسـد يعفى المـمـيل من تقديم التـأمينات إذا كان موثوقاً به وتكون الكفالة على شكل كتاب يتعهد المصرف بموجبه بكفالة المـمـيل وضمانة لحدود مبلغ معين وخلال مدة معينة ويتقاضى المصرف عمولة لقاء قيامه بهذه الخدمة .



# البَابُ الْخَامِسَ

## الْتَّأْمِين



## التأمين Insurance

يهدف التأمين الى تخفيف وقع المصائب في التأمين على الحياة أو تعويض المؤمن له لما فقده فيعنده الى ما كان عليه قبل حدوث الحادث المؤمن ضده . وقد بنيت فكرة التأمين على أساس توزيع عبء الخسارة على اكبر مجموعة من الاشخاص فيكون ما يصيب كل واحد من الضرر جزئياً .

بدأ العمل بالتأمين وفي أول مراحل في غضون القرن السابع عشر فنشأ التأمين ضد الحريق في المانيا ولم يظهر التأمين على الحياة إلا في أواخر القرن الثامن عشر ثم أخذت دائرة اعماله تتسع فتتوعد اشكاله بصورة عجيبة وابتدعت له صور مختلفة والعمل فيه في غاية الدقة والتنظيم .

إن من انواع التأمين الهامة التأمين من الحوادث ، السرقة ، المسؤولية المدنية ، والتأمين الاجتماعي الذي غرضه حماية العمال والمستخدمين من اخطار اصابات العمل والمعجز أو الشيخوخة وقد أصبح هذا المقدم من العقود المهمة في عصرنا الحاضر ، وان من أهم أنواع عقود التأمين تجارياً التأمين البحري لأنه أكثرها انعقاداً .

### تعريف التأمين :

التأمين عقد بين طرفين يلتزم بموجبه أحدهما يدعى المؤمن له بدفع مبلغ يسمى قسط التأمين مقابل تمهد الطرف الثاني المؤمن بتعويض الضرر أو دفع

مبلغ التأمين نتيجة لوقوع الحادث المؤمن ضده .

يتضح لنا من هذا التعريف بان عقد التأمين هو من العقود الاحتمالية أي أن الحادث المؤمن ضده قد يقع أو قد لا يقع أو أن الحادث يحقق الحدوث كالتأمين على الحياة ولحسن الاحتمال فيه ينصب على زمن حدوث الحادث وإذا لم يكن هناك حادث ينتفي السبب من التأمين أو إذا كان الحادث أو زمن حدوثه غير احتمالي فيكون العقد باطلاً أو لاغياً أي بمعنى آخر ان طالب التأمين كان قد فكر في احداث الحادث قصداً أثناء التعاقد وبهذا فننتفي صفة الاحتمال الموجودة في هذا النوع من العقود كما ينعدم مبدأ حسن النية الواجب توفره عند التعاقد . من المعروف عادة ان عقود التأمين يختلف انواعه يجب ان تحرر لأنه من العقود الشكلية وتوضع صيغته من قبل المؤمن فهو عقد اذعان ويسمى وثيقة التأمين ( بوليصة التأمين ) Insurance Policy وأهم البيانات التي تسجل في الوثيقة هي :

اسماء المتعاقدين : المؤمن وعادة تكون شركة والمؤمن له وقد جرى العمل على تعيين الوظيفة ايضاً وفي التأمين على الحياة يجب ان يذكر :

- ١ - عمر المؤمن له .
- ٢ - المؤمن عليه ( اشخاص ، أموال )
- ٣ - الأخطار أو الخطر المؤمن ضده .
- ٤ - اسم المستفيد ان كان معيناً .
- ٥ - مبلغ التأمين أو الراتب وكيفية تأديته من قبل المؤمن بعد حدوث الحادث .
- ٦ - القسط الذي يدفعه المؤمن له وميعاد تأديته ومهلة السداد في حالة تأخير الدفع مع توضيح كيفية الفاء العقد وتصفيته في التأمين على الحياة .
- ٧ - مدة العقد أي تاريخ الابتداء والانتهاه وتذكر أحياناً ساعة البدء وساعة الانتهاء .
- ٨ - محل التحرير .
- ٩ - التواقيع .

## الخطر المؤمن منه :

يفترض في كل نوع من انواع التأمين وجود خطر والخطر هو الدافع للتأمين وهو الفكرة التي يقصد الاحتراز من وقوعها والتي أوضحها المؤمن له المؤمن . أما مفهوم الخطر فيكون عند المؤمن ( الشركة ) بالإضافة لما سبق هو نسبة احتمال حدوث الخطر . ففكرة الخطر لدى المؤمن تكون أوسع فهي لا تتناول فقط الهلاك بل يضاف لذلك نسبة احتمال وقوعه في المستقبل أي بمعنى أدق المخاطرة وهذه النسبة تحدها الشركة بمداول احصائية خاصة أعدت لهذا الغرض ، والأخطار التي يؤمن ضدها هي :

- ١ - أخطار تصيب الفرد نفسه كالمرض والوفاة .
- ٢ - أخطار تقع على ممتلكات الفرد كالخريق أو السرقة .
- ٣ - أخطار يسببها الفرد لغيره كالدهس بالسيارة .
- ٤ - الأخطار التي تقع من اتباع الفرد على الآخرين كفقصدان أمتعة المسافرين نتيجة لإهمال سواق شركة النقل .

## المصلحة التأمينية Insured Interest :

يجب ان يكون لطالب التأمين أي المؤمن له مصلحة اقتصادية مشروعة مباشرة أو غير مباشرة تعود عليه بالنفع عند عدم وقوع الحادث المؤمن ضده فلا يحق لأي شخص كان أن يطلب التأمين على شيء ما لا تربطه به أية رابطة أو ليست له مصلحة في ذلك ، لانتفاء سبب انعقاد العقد وإلا يصير التأمين مدعاة لإحداث الجرائم أو أبأ من أبواب الاثراء غير المشروع ومن هنا يظهر فيصل

التفرقة بين التأمين والمغامرة<sup>(١)</sup> اذ ان طالب التأمين ينبغي المحافظة على وضع معين دون انتقاص قالتاجر الذي اقترض مبالغ من الغير يلتمس بالتأمين المحافظة على اموال الناس التي اقترضها وعلى سمعته فيلجأ الى تأمينها .

### مبدأ حسن النية :

يعتبر مبدأ حسن النية من الأمور الهامة التي تكسب بها عقود التأمين إذ يلتمس المؤمن مما يبدي به المؤمن له من بيانات مدى حدة الخطر باعتبار الطرف الوحيد الذي يمكنه ان يكشف الأمور الجوهرية ويضع المؤمن على الحقيقة كما يفترض بالمؤمن له الجهل بأصول التأمين الفنية فعلى المؤمن ان يرشده ويوضح له مفصلاً الى نوع التأمين الذي يحتاجه ولا يستغل جهله لمخله على قبول التعاقد على تأمين غير مهم بالنسبة للمؤمن له بطروقه الخاصة وذلك قصد الحصول على قسط تأمين عالي بنسبة احتمال خطر قليل .

### اجراءات طلب التأمين :

#### ١ - تقديم الطلب

يسبق ابرام وثيقة التأمين طلب يقدمه المؤمن له الى المؤمن ليأخذ الأخير على عاتقه ضمان الأخطار المتعلقة بشخص المؤمن له أو بأمواله . ويكون ذلك بالإجابة على أسئلة مطبوعة على استمارة خاصة ( نموذج خاص ) وهذه الاستمارة

---

(١) لقد حدث نقاش بخصوص شرعية التأمين وصدر تعليق طريف في مجلة المنار المصرية لصاحبها محمد رشيد رضا بعددها الصادر في ٣ مارس سنة ١٩٠٤ الجزء الرابع والمثرون من المجلد السادس في صفحة ٩٣٨ ، والتعليق يتضمن تحريفاً لقنوى اصدرها فضيلة مفتي الديار المصرية ، وقامت بالتحريف شركة الجريشام .  
وقد طلبت مؤخرأ من بعض رجال الدين في العراق ابداء رأيهم في شرعية التأمين فمنهم من سرحه ويدعون جدال ومنهم من أقر شرعيته كفضيلة الشيخ مبه الدين الحسيني الشهرستاني .



يعدّها المؤمن وتحتوي على أسئلة منها يباني كاسم المؤمن له وعنوانه ومهنته ومنها ما يقصد فيه تحديد نسبة وقوع الخطر يقصد حساب القسط .

## ٢ - دراسة الطلب

يدرس المؤمن الطلب وما فيه من بيانات فان لاقى ذلك الايجاب رضا فيصدر المؤمن قبوله . وفي عقود التأمين تعتبر الكتابة شرطاً أساسياً لاثبات التعاقد ولا يشترط حصول القبول عن طريق الوثيقة بل يصح ان يكون برسالة برقية أو رسالة عادية أو بأشعار موقت ( أي اشعار تفضية )

اشعار التفضية ( المذكرة الموقته ) Cover note :

لكي لا يحرم المؤمن له الضمان الذي يسمى اليه حتى تتم اجراءات تحرير الوثيقة وتوقيما يحصل في بعض انواع التأمين - كالتأمين البحري على الغالب - وذلك بان يسلم المؤمن الى المؤمن له اشعار تفضية فتكون هذه المذكرة كمقد ابتدائي ويرتب عليه بدممريان التأمين وذلك لأن تسجيلات الوثيقة قد تستغرق مدة طويلة . غير ان هذه المذكرة عندما تصدر تحتوي على بعض التحفظات .

قسط التأمين Premium :

القسط هو المبلغ الذي يدفعه المؤمن له للمؤمن مقابل تحمل المؤمن تبعة الخطر المؤمن منه . ويسمى اشتراكاً في هيئات لتأمين كالاكتتاب في الجمعيات التعاونية . وقد يكون القسط وحيداً كما في التأمين البحري غالباً ويكون القسط ملكاً للشركة فهو بالنسبة للتأمين على الأموال خسارة يدفعها المؤمن له وتحمل بها كلفة المال المؤمن عليه ولكن بالنسبة للتأمين على الحياة يكون القسط بمثابة ادخار مستمر يمكن الاستيلاء عليه عند حدوث الحادث المعين .

ويكون دفع القسط مقدماً وقد ينص عند التعاقد على ان العقد لا يعتبر نافذاً الا بعد دفع القسط الأول ومع ذلك فان المؤمن له لا يتسلم الوثيقة ما لم يكن قد دفع القسط .

### هيئات التأمين

ان العمل في التأمين يحتاج الى خبرة ودراية فنية دقيقة واسعة لأن المعلومات التي لدى شركات التأمين هي حصيلة احصاءات موضوعة منذ أمد طويل وأصبحت نتائجها على مر السنين نظاماً ثابتاً يطبق في المجال المد والخصص له . ثم ان الهيئات التي تقوم بالتأمين يجب أن تتمتع بمركز مالي كبير لكي تمنح الاطمئنان الكافي لطالبي التأمين ، والهيئات هي اما شركات تأمين وهذه يجب ان تكون مساهمة او جمعيات تعاونية وهذه تؤسس وفق قانون الجمعيات ونص قانون التأمين على احكام خاصة منها الزامها بأن تمسك سجلاً خاصاً بمحاضرها وان تزود مراقب التأمين بصورة من جميع قرارات ومحاضر الجلسات وان تحرم من عضويتها كل مؤمن الفيت اجازته ومن الهيئات التي تزاو عمل التأمين هي :

- ١ - هيئات التأمين بالتقابل ( المتبادل ) ( م ٤ : ف ١٤ تجاري ) والمقصود بهذا النوع من التأمين بأن يتفق بعض الاشخاص على تكوين جمعية منهم لتأمينهم ضد الاخطار بحيث اذا اصاب احدهم بأحد الاخطار المتفق على ضمانها دفعت الجمعية التعويض اللازم ويجمع مبلغ التعويض من الاعضاء فالمؤمن لهم يمثلون المؤمن والمؤمن له منهم حملة عقودها ويجوز ان يكون المشتركون شركات .

٢ - شركات التأمين المسامة : وهذه الشركات تؤسس وفق احكام قانون الشركات رقم ٣١ سنة ١٩٥٧ على أن يراعى في التأسيس احكام قانون شركات التأمين رقم ٤٩ سنة ١٩٦٠ وجميع شركات التأمين العاملة في العراق حالياً مؤمنة .

#### وكلاء التأمين : Insurance Agents

يقوم بعض الاشخاص بأعمال التأمين وكالة عن شركة أو شركات تأمين وينظم قيامهم بالوكالة عقد محرر يحتوي بعض الشروط التي تغطيها ارادة المتعاقدين ومن هذه الشروط عادة نسبة العمولة التي يتقاضاها الوكيل يمثل الموكل أمام الوزير او المحاكم أو أية هيئة أخرى ويتسلم الانذارات والتبليغات والمخابرات الموجهة من المحاكم او من الوزير او أي جهة رسمية اخرى وان يخول دفع التعويض عند حدوث الاخطار المؤمن ضدها بموجب عقود التأمين عن الشركة . وأن يسلك الدفاتر التجارية المنظمة لأغراض ضريبة الدخل .

ان وكالة التأمين تمارس بموجب اجازة من وزارة الاقتصاد ويجب ان يكون طالب الاجازة :

- ١ - عراقي الجنسية وبالغاً الحادي والعشرين سنة من العمر .
- ٢ - غير محكوم عليه بجنابة او جنحة مخلة بالشرف .
- ٣ - ان لا يكون مفلساً ولم يرد اعتباره .
- ٤ - مسجلاً في غرفة التجارة .
- ٥ - اذا كانت شركة يجب ان يمتلك ٦٠٪ من رأسمالها هراقيون.

#### مسامرة التأمين : Insurance Brokers

المسامر - الدلال - هو الذي يقرب وجهة نظر المتعاقدين المؤمن والمستأمن

لانقصاد العقد فإذا تم التعاقد يحصل على الدلالة من المؤمن . ان السمسار يعتبر بمثابة وكيل المؤمن له تجاه المؤمن فهو يتولى تنظيم استارة طلب التأمين وتوضيح الشروط للمستأمن لما يلائم ظروفه الخاصة وفي حالة حصول الحادث المؤمن ضده يتولى السمسار مراجعة المؤمن لتعقب المعاملة حتى يحصل على التعويض . وعليه فيجب أن يكون للسمسار معرفة تامة بأعمال التأمين وتفرغ هذا العمل على وجه الاحتراف ويشترط به ما اشترط بالوكيل بالإضافة الى ان يودع ( ٧٥٠٠ ) دينار لدى مصرف من المصارف في توسطه التأمين على الحياة و ( ٣٧٥٠ ) دينار لباقي أنواع التأمين وان يحسك الدفاتر التجارية المنظمة لأغراض ضريبة الدخل .

#### جماعة التأمين بالاحتساب : Underwriters

تؤسس هذه الجماعة بأن يتحمل كل عضو فيها جزءاً من مبلغ في وثيقة تأمين سبق أن اكتتب بذلك المبلغ وعين مقدار الجزء على الوثيقة . ويقوم مكتتبو التأمين في هيئة لويبرز على هذا الأسلوب من العمل .

#### هيئة اللويبرز : Lloyds

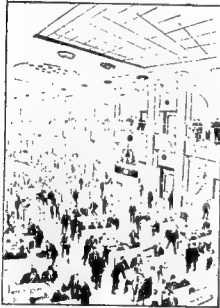
تعتبر هيئة اللويبرز من اشهر الهيئات التي تقوم بالتأمين البحري في بريطانيا وهي هيئة عالمية ويرجع تاريخها الى عام ١٦٨٧ وكان منشأها قهوة بلندن يملكها مستر لويبرز وكان يتوافد عليها اصحاب السفن والتجار وكان لويبرز يجمع لهم المعلومات الخاصة بالسفن ويزود بها رواد مقهاه ومن ثم تطورت حتى صارت اشبه بنادي ثم سوقاً عالمياً للتأمين .

اما الآن فهذه الهيئة اللويبرز تتكون من نقابات وكل نقابة تتكون من عدد من مكتتبي التأمين وكل مكتتب تأمين - متمهد - او عضو في هذه النقابة مسؤول بصورة مباشرة من قبل حامل البوليصة عن نصيبه من الخسارة التي تستحق بموجب تلك البوليصة ويكون مشاركاً في عضوية النقابة كل متمهد تأمين بعد

ان يدفع لصندوقها مبلغاً من المال معيناً لوفائه لما يستحق عليه من التعويضات حفاظاً لسمعة الهيئة . ويتم التأمين مع متعهدي التأمين بواسطة ممارسة التأمين فممارسة التأمين هم وكلاء حملة الوثائق ولهم عمولتهم التي يحصلون عليها من متعهدي التأمين وليس بوسع التاجر المؤمن له ان يجري تأميناً على بضاعته رأساً مع مكنتي التأمين اللويندز اذ يتحتم عليه اللجوء الى ممسار مسجل في اللويندز لأن للمسار خبرة خاصة على انجاز العمل ثم انه على استعداد للرد على كل سؤال يوجه اليه وهذا يساعد على اعطاء فكرة صحيحة عن موضوع التأمين ليتمكن تحديد السعر .

تصدر هيئة اللويندز يومياً نشرة بكل ما يتجمع لديها من اخبار باسماء السفن التي تصل او تغادر الميناء او اية معلومات تستجد عن حالة كل سفينة واتجاهها والواناء التي ينتظر ان ترسو فيها .

#### التأمين في العراق :



كانت تنظم أعمال التأمين في العراق مجموعة من القوانين فقد كان قانون شركات الضمان - السيكورتا - الصادر في العهد العثماني وقانون ٧٤ سنة ١٩٣٦ وتمديلاته وقانون الشركات التجارية رقم ٣١ سنة ١٩٥٧ ونظام اجازات وكلاء التأمين رقم ٢٥ سنة ١٩٣٦ ثم صدر قانون رقم ٤٩ سنة ١٩٦٠ وقد استهدف المشروع احلاله محل تلك القوانين حتى صدرت قوانين التأمين في ١٤ تموز سنة ١٩٦٤ قامت جميع شركات التأمين وكلاء الشركات الاجنبية العاملة في العراق .

ثم صدر قانون رقم ١٦٦ سنة ١٩٦٥ الذي انطأ اعمال شركات التأمين الى المؤسسة

العامة للتأمين التابعة لوزارة الاقتصاد .

### جمعية قوانين التأمين :

اجيزت اخيراً هذه الجمعية ومن اهداف هذه الجمعية القيام بالدراسات القانونية في قطاع التأمين وتشجيع البحث العلمي والقانوني في هذا القطاع والانماء الى الجمعية الدولية لقوانين التأمين .

وقدم الجمعية خريجي الحقوق والتجارة العاملين في قطاع التأمين وكذلك الاساتذة التي تمنى مواضيعهم بقضاء التأمين وادارة الاعمال .

### التأمين المتعدد :

قد يخشى المؤمن له عدم امكان شركة التأمين دفع مبلغ التأمين لضخامته كالتأمين مثلاً على اواخر تابعة لشركة نقل قتلجاً الشركة الى عقد وثائق تأمين لدى عدة شركات وتخبرها بذلك فيكون مجموع الوثائق مبالغ اكثر من قيمة المال الموافق عليه فإذا حدث الحادث المؤمن ضده تكون جميع الشركات ملزمة بالتضامن فيما بينها على دفع مبلغ التأمين فلو صدرت اربع وثائق تأمين من أربع شركات كل وثيقة قيمتها ١٠٠ الف دينار وحدث الحادث تدفع كل شركة ٢٥ الف دينار فان عجزت احدها عن دفع هذا تكون الشركات الباقية ملزمة بتكملة المعجز الذي حصل لأن أقصى حدود مسؤولية كل شركة هو ١٠٠ الف دينار ، كما لا يجوز للمؤمن له ان يقبض اكثر مما خسر اذ ان الغرض من التأمين تعويض الضرر كما اتضح لنا والا يصبح باباً للإثراء غير المشروع وهذا مخالف للقانون .

### التأمين المشترك :

في هذا النوع من التأمين تحدد كل شركة تأمين أقصى حدود التزامها في

الرشيعة وذلك بأن يقوم المؤمن بتوزيع مبلغ التأمين على عدة شركات فالمؤمن له يكون على علم بأسماء المؤمنين وانصبتهم في مبلغ التأمين وهذا عكس اعادة التأمين فإذا حدث الحادث وزعت الخسارة بين الشركات كل بالنسبة التي حددتها مبدئياً ، مثلاً لو ان شركة بواخر امننت على باخرة قيمتها - ١٠٠ الف دينار لدى ثلاث شركات: شركتان اسهمت كل واحدة منها بربع القيمة وشركة انفردت بالنصف وحدث ضرر ما قيمته عشرة الآف دينار يوزع مبلغ الضرر على الثلاث شركات بنسبة ما اسهمت كل شركة أي خمسة الاف تلتزم بدفعه شركة والخمسة الاف الثانية توزع بين الشركتين الاخرتين مناصفة .

#### اعادة التأمين :

بيننا سابقاً أن الفكرة الرئيسية التي وجد من اجلها التأمين تعتمد على نقل الضرر الناتج من على كاهل الفرد وتوزيعه على اكبر عدد ممكن من الجماعة وبذلك تقليل كبير للخسارة المادية للصاحب ثم ان ما يدفعه كل فرد من الجماعة لا يؤثر عليه التأثير البالغ .

ان شركات التأمين وضعت يدها على هذه الحقيقة فعملت على اعادة التأمين الذي يمثل إمعاناً بالغا في تطبيق نظام التعاون .

ان المقصود بإعادة التأمين هو ان الشركة المؤمن لديها تقوم بإبرام عقود او عقد من الباطن بينها وبين شركة ( او شركات ) اخري تسمى بمعيد التأمين وهذا قد يتفق على تحمل أعباء المخاطر المؤمن منها كلها او بعضها ولا دخل للمؤمن له من الناحية القانونية بمعد إعادة التأمين اذ ان علاقته تكونت بالشركة المؤمن لديها اولا ثم لأنه لا يعرف أسماء الشركات التي أعيد التأمين لديها بالإضافة الى عدم وجود أي عقد مباشر بينه وبينها اما بخصوص القسط فان الشركة المؤمن لديها أولاً قد تدفع للشركة المعاد لديها التأمين قسطاً أقل مما استلمته اذ تنقص منه قيمة العمولة على الأقل .

قد يتصدر وثيقة اعادة التأمين من طرف واحد وهذا ما تتبعه الشركات الناشئة والتي لا تملك من الخبرة الفنية الكافية اذ تعيد جزءاً كبيراً مما تؤمنه دون ان تأخذ شيئاً من وثائق او تأمينات الشركات الاخرى . وقسم من الشركات تعيد التأمين وتقبل اعادة التأمين لديها من الشركات الاخرى فيسمى هذا الاجراء ( التأمين المتبادل ) .

ان من أهم الاسباب التي تؤدي الى إعادة التأمين هي :

- (١) عدم اعتماد المؤمن بالاحتفاظ بكل ما اكتتب لديه اذ قد يؤدي الى خسارته بل الى افلاسه في حالة وقوع الحادث المؤمن ضده .
- (٢) في اعادة التأمين تحقيق بالغ لفكرة التعاون في توزيع الخسائر على مجموعة من الشركات فلا تتضرر الشركة المؤمنة أولاً ضرراً كبيراً .
- (٣) قد يقبل المؤمن التعاقد على وثيقة حاوية عدة اخطار ولكن ليس بوسعه التأمين الا على خطر واحد فيعيد التأمين على الاخطار الباقية .
- (٤) اعادة التأمين لدى شركة اخرى يكون بسم أقل من السعر الذي احتسبه المؤمن الاول لنفسه فيستفيد المؤمن الاول من فرق السعرين .
- (٥) بإعادة التأمين تتمكن الشركة من تحقيق التوازن بين المخاطر بحيث تكون لديها الاعداد المناسبة من المخاطر ذات النسب العالية والواظنة فسهل عليها عملية الموازنة بين المخاطر المنتفأة وحصولها ارباحاً .



### اقسام عقود التأمين

تقسم عقود التأمين الى قسمين :

#### ١ - عقود تصدر للتأمين على الاموال :

وبموجب هذه العقود يأخذ المؤمن له او المستفيد مبلغاً أقصاه القيمة المعينة والمثبتة في الوثيقة إذا كان الضرر قد أدى الى عدم الاستفادة من الشيء المؤمن عليه كلياً ، وإذا كان الضرر جزئياً فيعوض قيمة الضرر .

والخلاصة هي ان عقود التأمين على الاموال عقود تمويض اذ لا يجوز استئصالها كوسيلة لتحقيق الربح او الاثراء غير المشروع لأن ذلك مخالف للقانون .

#### ٢ - عقود تصدر للتأمين على الاشخاص :

وبموجب هذه العقود يأخذ المؤمن له أو المستفيد مبلغ التأمين لأن هذه العقود عقود ادخار وفيها يلي الصور المختلفة للتأمين .

#### الصور المختلفة للتأمين

تقسم صور التأمين الى الاقسام التالية :

اولاً - أ - التأمين ضد الحريق      ب - التأمين ضد السرقة .

ثانياً - أ - التأمين على الاشخاص - التأمين على الحياة ب - التأمين من الحوادث .

ثالثاً - التأمين من المسؤولية .

رابعاً - تأمين المسؤولية عن حوادث السيارات والسيارات .

خامساً - التأمين البحري .

### التأمين ضد الحريق

تعريف : التأمين ضد الحريق هو عقد يلتزم به المؤمن ان يؤدي الى المؤمن له او المستفيد مبلغاً من المال او أي عوض مالي آخر في حالة وقوع الحريق على الشيء المؤمن عليه وتضرره نتيجة لذلك وذلك مقابل قسط او أقساط يؤديها المؤمن له للمؤمن .

ان المقصود بكلمة الحريق في التأمين هي اشتعال النار، فالحريق الذي يحدث نتيجة لسقوط مادة كبريئة على الشيء المؤمن عليه بحيث ادى ذلك الى حرقه لا يلزم مثل هذا الحريق الشركة بالتعويض لانه لم يشتمل - مثلاً انسكاب حامض الكبريتيك على الملابس .

أما أسباب اشتعال النار فالؤمن عادة يضمن الحريق الناتج من تلف الاسلاك الكهربائية او التهاب المواقد والمدافئ ( بسبب انفجار غاز ) وقد تلزم الشركة المؤمن - بالاسباب التي يستحيل على الفرد التحكم في ايقافها كالزلازل او انفجار البراكين او قيام الحروب او الثورات . والواقع ان وثائق التأمين تخرج مثل هذه الاسباب من الالتزام كما تخرجه ايضاً في التأمين على الحياة ونخصت بعض القوانين ذلك بنص تركته لارادة المتعاقدين مع مراعاة الحقوق المشروعة والمقننة لكل منها . أما إذا شبت النصار قضاء وقدرأ او بسبب خطأ غير المعتمد او سببه احد تابعي المستفيد ولو كانوا متعاقدين فيلزم

المؤمن بالتعويض .

ان المؤمن بعقد التأمين ضد الحريق ملزم بكافة الاضرار الناشئة عن الحريق او هلاك او تلف الشيء المؤمن عليه وكذلك الاضرار التي تكون كنتيجة حتمية له كاتخاذ الوسائل الكفيلة لدرئته والاتفاق عليها كاجور نقل الأثاث منعاً لاشتعالها او هدم جدار مثلاً بغية اخذ النار ومنهها من التوسع وكذلك يكون المؤمن مسؤولاً عن ضياع بعض الاشياء المؤمن عليها او اختفائها اثناء الحريق لان ذلك قرينة دالة على احتراقها ما لم يثبت ان ذلك كان نتيجة سرقة وفي هذه الحالة يقع عبء الاثبات على المؤمن ولا تعطى وثائق التأمين ضد الحريق للضمان للخسائر الناتجة عن احتراق المستندات والصور الزيتية ودفاتر الحسابات والطوايح الا إذا نص عليها .

لا بد ان يكون للمؤمن له مصلحة في التأمين كما بينا سابقاً فإلك العقار يحق له التأمين على عقاره وراهنه كذلك كما يفعل البنك العقاري حيث لا يقرض ما لم يؤمن الدار لدى شركة التأمين الوطنية وفي حالة الاموال المنقولة كالبضائع المودعة والتي يجب ان يكون المودعة عنده مسؤولاً عن تلفها ما دامت في حيازته كصاحب مخزن لإيداع البضائع فيه ( خان ) حيث يجوز له التأمين .

يجوز الفاء عقد التأمين ضد الحريق من احد الطرفين إذا حدث ما يوجب عدم استمرار العقد مثل انهدام الدار المؤمنة بسبب جرفها بياه الفيضان هذا بالنسبة للمؤمن له وبالنسبة للمؤمن كامتناع المؤمن له عن دفع الاقساط المستحقة عليه .

أنواع وثائق التأمين ضد الحريق :

#### (١) وثيقة محدودة القيمة :

بموجب هذه الوثيقة يدفع المؤمن في حدود القيمة المعينة في الوثيقة بصرف

النظر عن قيمة الشيء نفسه اثناء الحريق فمثلاً اذا أمن شخص على عقار بـ ( ١٠٠٠ ) دينار وكانت قيمته الحقيقية ( ٤٠٠٠ ) دينار واحترق تماماً فيكون اقصى حدود التزام الشركة دفع ( ١٠٠٠ ) دينار لا غيرها . ويحدث ان يوضع شرط النسبة الذي بموجبه تدفع الشركة التحويل فلو كان الضرر ( ٥٠٠ ) دينار فالمؤمن له يتقاضى ( ١٢٥ ) ديناراً أي :

$$\frac{\text{مبلغ التأمين} \times \text{مبلغ الضرر}}{\text{القيمة الكلية لموضوع التأمين}} = \frac{١٠٠٠ \times ٥٠٠}{٤٠٠٠} = ١٢٥$$

### (٢) الوثيقة الشاملة :

في هذه الوثيقة يؤمن على اموال أو بضائع موجودة في عدة أماكن مختلفة ولدة معينة قبلاً من عقد وثائق متعددة لكل سلعة في مكان تصدر وثيقة واحدة شاملة للجميع وكثيراً ما يحدث أن يؤمن التجار على قيمة البضاعة والارباح التي تفقد بسبب الحريق أو يؤمن مالك العقار المؤجر على العقار والايحار الضائع بسبب الحريق حتى يتم اصلاح العقار . وغالبية الوثائق الشاملة تتضمن شرط النسبة .

### (٣) الوثيقة الجزأة :

ان هذه الوثيقة أيضاً تعتمد فيها انواع البضائع ومحلها غير ان قيمة كل سلعة يحدد مبدئياً ليسهل تمويضه عند حدوث الحريق مثلاً يؤمن شخص على مسكنه بـ ( ٢٠٠٠ ) دينار والآاث ( ٧٠٠ ) دينار والملابس ( ٢٠٠ ) دينار الخ ... فإن احترقت الملابس فتعوض الشركة ٢٠٠ دينار فقط .

### (٤) وثيقة عامة :

وهي الوثيقة الحاسوبية على جميع الاخطار ويكون احد الاخطار المؤمن ضدها الحريق .

### (هـ) وثيقة متغيرة القيمة :

بوجب هذه الوثيقة تتعاقد الشركة في وثيقة تأمين غير محدودة القيمة وتأخذ الشركة بنظر الاعتبار رأس المال المستخدم في المؤسسة عادة ويجري تقدير قيم البضائع في الحبل يمد وقوع الحريق ؛ ان الفرض من هذه الوثيقة هو تشجيع التجار للقبال على التأمين بدفع اقساط مناسبة لأن قيم البضائع وكمياتها في تغير مستمر في مخازنهم فان قدرت على الحد الأعلى اضطر التاجر على دفع قسط كبير في حين ان هذا الحد لا تصلة موجودات البضاعة الا بفترات معدودة ولايام قليلة من السنة واذا قدرت بموجب الحد الأدنى خسرت الشركة .

أما قسط التأمين فيقدر على أساس قوائم البضائع الداخلة والخارجة للمحل التي ترسل من قبل المؤمن له للمؤمن في نهاية كل شهر .

### ابلاغ الحادث وتسوية الخسائر :

على المؤمن له ان يتخذ كافة الوسائل لإخاد النار وحصرها كما لو كان المال غير مؤمن ومن ثم يجب عليه ان يبلغ المؤمن في أقرب وقت ممكن اذ هم المؤمن اتخاذ كافة الوسائل الضرورية لحماية بضائمه .

وفي خلال مدة مميّنة على المؤمن له أن ينظم كشفاً صحيحاً ومفصلاً بخسائره ومبالغها موضعاً في ملاحظاته على الكشف الاسباب المبررة للتقدير وكيفية وقد يكون كتابة ذلك على استارة خاصة تنظمها الشركة ، فاذا حصل اختلاف بين المؤمن له والمؤمن على صعة التقدير جاز لكل منهما ان يطلب من القضاء تعيين خبير أو نخن مجاز لمراجعة التقدير وفي حالة تسديد الشركة مبلغ التأمين بكامله يكون لها حق الاستيلاء على النفقات .

### التأمين ضد السرقة :

ان الفرض من التأمين ضد السرقة هو حصول المؤمن له على تعويض قيمة

الشيء الذي قد يسرق منه مع تعويض الأضرار التي تلحق بالمسكن . ويستبعد في عقود التأمين ضد السرقة المخاطر الآتية :

- ١ - السرقات التي تحدث اثناء الحروب والثورات والزلازل والبراكين .
- ٢ - السرقات التي يرتكبها افراد العائلة أو الأشخاص الذين يسكنون مع المؤمن له أو المستخدمون عنده في اثناء خدمتهم .
- ٣ - خيانة الأمانة أو الاختلاس الذي ينشأ عنه ضياع النقود .
- ٤ - السرقات الناتجة عن الخطأ الجسيم مثل اهمال المؤمن له قفل الباب ويلاحظ انه في حالة سرقة الشيء المؤمن عليه لا تكون نتيجة السرقة فقدان الشيء نهائياً لأنه قد يعثر على ذلك الشيء ولذلك تتضمن هذه الوثائق عادة نصاً على ان التعويض يدفع بعد عدد معين من الايام وعلى ان يتعهد المؤمن له بالتخلي للمؤمن عن الشيء المفقود اذا وجد بعد التعويض أو برد المبلغ الذي عوض به .



### التأمين على الاشخاص

ان الدافع الهام الذي يدفع الانسان للتأمين على الحياة هو حرصه البالغ للمحافظة على مستواه المعيشي والاطمئنان الى مستقبل عائلته فهو يدرك بانه لا بد ان يصل في يوم ما الى سن الشيخوخة التي يعجز فيها من القيام بالاعمال التي كان يقوم بها ايام شبابه أي بمعنى آخر ان دخله سيقول نتيجة لتقاعدته بالإضافة الى انه في هذه السن يحتاج لمعالجات طبية وخدمة أكثر وكل هذه تحتاج الى مال فقد وجد الانسان بالادخار طريقة لتوفير المال عندما يصل الى سن العجز ولكن هذه الطريقة لا يمكنه ان يستفيد منها اذا أصيب بعجز مفاجيء أو توفي فجأة وترك ذويه بلا معيل ومدخراته لم تكن سوى مبالغ ضئيلة فيتركهم يعانون من الفاقة الشقاء الشديد .

لذلك فان التأمين ضمن الإنسان الاطمئنان والغاية التي يصبو اليها فان الاقساط التي يدفعها مهما كانت قليلة ( وقد تكون قسماً واحداً فقط ) ولكنها تضمن دفع مبلغ التأمين ان عجز أو توفي فالشركة تكون حينئذ ملزمة بدفع مبلغ التأمين كاملاً غير منقوص وبهذا يمكن لعائلته ان تستثمر هذا المبلغ وتقتات على ارباحه أو تستلم مبلغ التأمين بشكل راتب دوري . وبهذا يكون قد خفف الى حد كبير من شدة وقع المصيبة وآلامها .

بينما في بحثنا السابق في التأمين على الأموال كيف ان تلك العقود هي عقود

تعرض إذ يأخذ المؤمن له بمدرها يخسر لا غير وبشرط ان لا يتجاوز ذلك التعويض المبلغ المسجل على الوثيقة .

أما التأمين على الاشخاص فهو صورة من صور عقود التأمين ويقصد منها ان يأخذ المؤمن على عاتقه دفع مبلغ معين أو تقديم ايراد اذا ما حدث أمر معين يتعلق بشخص المؤمن عليه لا بآله كوصوله الى سن من العمر معينة أو مرضه أو زواجه أو وفاته مقابل أقساط أو قسط يدفعه المؤمن له .

ويتضمن التأمين على الاشخاص التأمين على الحياة بصوره المختلفة والذي سيكون موضوع بحثنا كما يتضمن التأمين من الحوادث الجسدية والتأمين من المرض مع استثناء ضمان نفقات العلاج والدواء الذي يحتويه التأمين من الأضرار .

### التأمين على الحياة :

تعريف التأمين على الحياة : عقد بين طرفين يلتزم بموجبه احدهما بدفع المؤمن له بدفع مبلغ يسمى قسط التأمين مقابل تعهد الطرف الثاني بدفع مبلغ معين أو ايراد أو مرتب الى المستفيد عند حدوث حادث يتعلق بحياة شخص أو بموته .

يتضح من هذا التعريف ان التأمين على الحياة يتميز بخصائص هامة تميزه عن التأمين على الاموال وهذه الخصائص هي :

- ١ - ان قسط التأمين على الحياة يكون ادخاراً للشخص المستفيد ووسيلة استثمار له فانه يستولي على مبلغ التأمين بالكامل حتى ولو حدث الحادث بعد دفع القسط الأول مباشرة ، بينما في حالة التأمين على الاموال يكون القسط حقاً مكتسباً للمؤمن عند عدم حدوث الحادث في خلال الفترة المعينة فهو يمثل خسارة للمؤمن له .



٢ - ان موضوع التأمين في عقد التأمين على الحياة هو حياة الشخص أو أمر يتعلق بحياته كالعجز والشيخوخة بينما الموضوع في عقد التأمين على الاموال يكون سلباً معينة أو أملاكاً .

٣ - مبلغ التأمين في التأمين على الحياة غير محدد فما دام المؤمن له قادر آ على دفع القسط المطلوب تصدر له وثيقة حسب رغبته . فالمعيار اذن اتفاق الطرفين المتعاقدين ولهذا يجوز للمؤمن له ان يبرم عدة عقود لدى عدة شركات والمستفيد يستولي عليها جميعها وبكامل مبالغها بان تدفع كل شركة المبلغ المذكور في الوثيقة لأن نظرية الضرر ومدى الحسارة وقاعدة الانزاع غير المشروع لا وجود لها في عقد التأمين على الحياة ولأن حياة الانسان لا تضمن بشئ . بينما في عقود التأمين على الاموال ان المؤمن له يموض بقدر خسارته نتيجة وقوع الحادث .

٤ - ان المدة في التأمين على الحياة غالباً ما تكون طويلة الاجل بينما التأمين على الاموال تكون قصيرة الاجل غالباً . وفي التأمين على الاموال يمكن للشركة - المؤمن - ان تلقي العقد خلال مدة التأمين كما يلاحظ في النصوص الواردة في اشعار التفطية - العقد الابتدائي - أو ترفض تجديده عند انتهائه . أما في التأمين على الحياة فلا تستطيع ان ترفض استلام القسط أو إلغاء العقد إلا اذا وجد عيب من عيوب الرضا فيه .

#### اجراءات طلب التأمين على الحياة :

١ - ان طلب التأمين يكون على استارة تزود الشركة - المؤمن - طالب التأمين أو المستامن بها وتحتوي فراغات يطلب منه املأها وقد أوضحنا ذلك سابقاً في طلب التأمين بصورة عامة .

٢ - اذا نالت تلك الاجابات رضا المؤمن المبذني فانها ترسل المؤمن له الى طبيب

أو لجنة طبية وعلى ضوء ما يرد بالتقرير تعين صلاحية الشخص للتأمين عليه أولاً وتحدد مقدار القسط .

٣ - اصدار وثيقة التأمين : ان صدور قبول المؤمن يكون بتسلمه الوثيقة بعد استلام القسط الاول وتكون الوثيقة حاوية على جميع الشروط التي اتفق عليها في استارة الطلب وتحدد بعض الشركات بيانات الطلب مع شروط التعاقد وتصدرهما في نموذج واحد يوقع عليه المؤمن والمؤمن له .

#### العوامل التي تؤثر في تحديد قسط التأمين على الحياة :

١ - معدل الوفاة : لا بد للمؤمن ان يرجع الى جداول احصائية أعدت لتبيان نسبة احتمال الخطر وهذه الجداول تسمى جداول الوفاة ، واعداد هذه الجداول مبني على احصائيات دقيقة وعلى التجارب السابقة فيقاس المستقبل على اساس ما حدث في الماضي ولهذا قد تختلف الجداول الموجودة في شركة ما عن الأخرى كما تختلف الجداول بالنسبة للاقطار بل احياناً للندن في القطر نفسه وكما نلاحظ النسبة في الجداول يجب الاخذ بنظر الاعتبار الحالة الصحية للمؤمن عليه بنتيجة التقرير الطبي والحرفة التي يزاولها ومدة التأمين إذ كلما زادت المدة زادت نسبة احتمال وقوع الخطر .

٢ - مبلغ التأمين : ان مبلغ التأمين عامل رئيسي يحدد بموجبه القسط إذ كلما زاد المبلغ زاد القسط ايضاً .

٣ - سعر الفائدة : من الملاحظ ان اقساط التأمين على الحياة هي اقساط استثمار ولهذا يستخرج القيمة الحالية لمبلغ التأمين حسب سعر الفائدة لمعرفة القسط الصافي وبالطبع يؤخذ بنظر الاعتبار نسبة احتمال الخطر .

٤ - المصاريف : تضاف الى القسط الصافي مصاريف متنوعة كالمعمولة واجرة

الفحص الطبي والاحتياطات وتقدر مجموع المصاريف بنسبة مئوية تضاف على القسط الصافي .

هـ - نوع الوثيقة : ان بعض الوثائق تقدر على اساس الاشتراك في الارباح وعليه ايضا تحسب النسبة التي ستضاف الى ما ذكر سابقاً .

### انواع وثائق التأمين على الحياة :

تقسم وثائق التأمين على الحياة الى قسمين :-

١ - التأمين على حياة فرد واحد أي التأمين الاعتيادي .

٢ - التأمين الشعي .

### التأمين الاعتيادي :

تنوعت وثائق التأمين على الحياة وذلك لكي تناسب ظروف المؤمن له وتساير رغباته وفي الحقيقة انها لا تختلف من حيث الأسس العامة ( فمثلاً التأمين المختلط هو عبارة عن وثيقتين وثيقة مدى الحياة وأخرى وقتية ) وقسم الوثائق الى أقسام منها ما يؤخذ من ناحية عدد الأشخاص المؤمن على حياتهم أو من ناحية الحوادث المؤمن ضده أو من ناحية الاشتراك في الأرباح أو لتمتين الطريقة التي ستبذل في كيفية دفع مبلغ التأمين وسنبحث في انواع التأمين المهمة تاركين الأنواع الفرعية لأنه لا يمكن حصرها .

### أ - عقود التأمين على حياة شخص واحد :

١ - التأمين لحال ( الحين ) الوفاة :

في هذا النوع من التأمين اما أن يكون :-

أولاً - تأمين مؤقت : وفيه يتعهد المؤمن بأن يدفع مبلغ التأمين أو الارباد

للمستفيد اذا توفي المؤمن عليه خلال المدة المعينة وينتهي بعدها التعاقد .  
إذا لم يحدث الوفاة خلال المدة تصبح الأقساط حقاً مكتسباً للمؤمن  
وهذا النوع يفيد المسافرين جواً عادة .

ثانياً - التأمين مدى الحياة : وفيه يتعهد المؤمن بأن يدفع مبلغ التأمين أو  
الاراد عند وفاة المؤمن له . وقد يكون القسط وحيداً أي يدفع مرة  
واحدة فقط طيلة حياة المؤمن له أو قد يكون على أقساط محدودة  
العدد وقد تكون الأقساط متناقصة أو متزايدة في القيمة .

#### ٢ - التأمين لحال ( الحين ) الحياة :

يتعهد بموجب هذا العقد المؤمن أن يؤدي الى المستفيد مبلغاً معيناً أو إيراداً  
إذا بقي المؤمن له على قيد الحياة الى نهاية مدة التأمين وقد تمي هذه المدة بلوغ  
المؤمن له سنّاً معينة وإذا توفي المؤمن له قبل تاريخ الاستحقاق فقد تكون  
الأقساط حقاً مكتسباً للمؤمن وينتهي التعاقد فيسمى ( وقفية بحتة ) أو قد  
يتفق على رد جزء أو كل الأقساط حسب الاتفاق . وهذا النوع من التأمين  
يكون اجراء الفحص الطبي ليس ضرورياً .

#### ٣ - التأمين المختلط :

في هذا التأمين يلتزم المؤمن اداء مبلغ التأمين الى المؤمن له إذا بقي على قيد  
الحياة الى نهاية المدة التي تعاقد لها وإذا توفي خلال مدة التعاقد فيدفع المبلغ  
للوثة أو المستفيد المعين بالوثيقة .

#### ٤ - التأمين لصالح الطفل :

في هذا العقد يجري التأمين على حياة الوالد أو الوالدة لصالح الطفل وذلك  
بأن يدفع مبلغ معين للطفل عند بلوغه سنّاً معيناً لفرض مساعدته على اكمال

التعلم في الماسهد العالية أو لتوفير نفقات عقد الزواج له وإذا توفي المؤمن له خلال المدة يتوقف عن دفع الأقساط للعدة الباقية ويدفع مبلغ التأمين في تاريخ استحقاقه أما إذا توفي الطفل خلال المدة وبعد وفاة المؤمن له ترد الأقساط المدفوعة الى الورثة أما إذا توفي قبل المؤمن له خلال المدة فقد يتفق على رد الأقساط الى المؤمن له أو تكون الأقساط المدفوعة حقاً مكتسباً للمؤمن وينتهي التعاقد .

#### ب - التأمين على حياة شخصين أو أكثر :

وتصدر الوثيقة بإحدى صور العقود الثلاثة الأولى ( التأمين لحال الوفاة أو لحال الحياة أو التأمين المختلط ومبلغ التأمين يدفع اما عند حدوث أول وفاة بين المؤمن لهم أو يدفع عند حدوث آخر وفاة .

#### الوفاة بسبب الحرب :

إذا حدثت وفاة المؤمن له بسبب الحرب أو ثورة يكون المؤمن في حل من التزامه بتنفيذ الوثيقة إلا إذا اشترط فيها ذلك .

#### الانتحار والحكم بالاعدام :

الانتحار : إذا كان الانتحار متممداً أي عن اختيار وإدراك يحمل المؤمن في حل من التزامه إلا إذا كان سببه مرضاً عقلياً أفقد المريض إرادته يبقى التزام الشركة - المؤمن - بأكمله .

يجوز ان تصدر وثائق بان تلزم الشركة بدفع مبلغ التأمين كاملاً إذا حدث الانتحار بعد سنتين أو أكثر من تاريخ التعاقد ولكن لا يجوز ان تصدر بدة تقل عن سنتين .

الاعدام : الوفاة التي تقع تنفيذاً لحكم القضاء بالإعدام حتى الموت يترتب

عليه سقوط حق الاستفادة من المطالبة ببلغ التأمين لأن المؤمن له باقدامه على ارتكاب جريمة عقوبتها الإعدام يكون كمن عمد الى قتل نفسه بنفسه ، وإذا كان المستفيد هو للقتل يعتبر المؤمن في حل من الالتزام .

### التأمين الشعبي - والضمان الاجتماعي

تدخلت الدول والنقابات في ضمان العمال من اخطار العمل فحشت اصحاب المصانع على تأمين عمالهم وقد قامت شركات التأمين من جهتها ايضا في إيجاد وفائق تلي تلك الرغبة ومناسبة للعمال فترى صاحب المصنع يؤمن على عماله ضد اصابات العمل وتأمين لحين الوفاة فعندما يتوفى العامل او يصاب بمرض او عاهة تدفع له شركة التأمين المبلغ المعلن .

لقد ظهرت أهمية هذا التأمين في عصرنا الحاضر بالنظر لأهمية الطبقة المؤمن عليها وهي الطبقة العالية . ان مبلغ التأمين يمثل هذا النوع من العقود يكون ضئيلا قد لا يتجاوز ١٠٠ دينار وكذلك تسطه يكون قليلا ايضا لا يتجاوز بنس واحد أي أربعة فلوس بالاسبوع ويستقطع القسط من أجور العمال عند دفعها في نهاية الاسبوع عادة . فالأقساط مجزأة وقليلة .

بهذا التأمين يجوز التأمين على الأطفال كما يسمح للشيوخ ولهذا يسمى في بعض البلاد الأجنبية بتأمين العائلة .

إن شركات التأمين بهذا النوع من التأمين لا تعرض المؤمن له للفحص الطبي بل تكفي بالبيانات التي يملها العامل على الاستمارة وتعتمد على فحص دكتور العمل عند قبوله اشتغال العامل .

الضمان الاجتماعي : اغنت الحكومة العمال في العراق عن التأمين إذ سنت قانون الضمان الاجتماعي رقم ١٤٠ لسنة ١٩٦٤ ويشمل تطبيق هذا القانون كل شخص يستخدم لديه خمسة عشر مستخدماً فاكتر ( كلمة مستخدم تشمل

الكتاب والمحاسبين أي كل من يستخدمه رب العمل حتى ولو كانت ذلك المستخدم المدير المفوض للمؤسسة ) وتتمتع الحكومة بموجب هذا القانون منع إعانات الشيخوخة والعجز المستديم وللزواج وللولادة وعند الوفاة وعند البطالة والمرضى . والتقاعد وذلك عند بلوغ الرجل المضمون ٦٠ سنة والمرأة (٥٥) سنة أو عند عجزهم ويضمن مقدار الاشتراك ومواعيد دفعه وطريقة اقتسامه بين صاحب العمل والشخص المضمون وفق أنظمة صادرة بخصوصه على ان لا تزيد حصة الشخص المضمون عن نصف حصة صاحب العمل في ذلك الاشتراك . كما ان الحكومة تدفع ٣٣٪ من مجموع الاشتراكات السنوية المدفوعة ( من يطلب الاستعاضة يمكنه مراجعة القانون رقم (١٤٠) لسنة ١٩٦٤ بخصوص جداول الاعانات واصابات العمل ) . وهذا جدول بنسب الاشتراكات طبقاً لأصناف الأجور حسب نظام رقم ١٤ / ٦٦ .

الصنف	اسبوعية	شهرية	ما يدفعه	ما يدفعه	مجموع
	صاحب	الشخص	الاشتراكات	المضمون	الاسبوعية
فئات الطوائف					

فلس دينار	فلس دينار	فلس دينار	فلس دينار	فلس دينار	فلس دينار
أقل من ٢ / ٨٠٠	أقل من ٢ / ٨٠٠	أقل من ١٢ / ٢٠٠	١٢ / ٢٠٠	١٠٠	٥٠
٢ / ٨٠٠ الى ٥ / ٤٩٩	٥ / ٤٩٩ الى ٨ / ٤٩٩	٨ / ٤٩٩ الى ١٢ / ٢٠٠	١٢ / ٢٠٠ الى ٢٣ / ٧٩٩	٢٣ / ٧٩٩ الى ٣٦ / ٧٩٩	٣٦ / ٧٩٩ الى ٤٩ / ٧٩٩
٢ / ٨٠٠ الى ٥ / ٤٩٩	٥ / ٤٩٩ الى ٨ / ٤٩٩	٨ / ٤٩٩ الى ١٢ / ٢٠٠	١٢ / ٢٠٠ الى ٢٣ / ٧٩٩	٢٣ / ٧٩٩ الى ٣٦ / ٧٩٩	٣٦ / ٧٩٩ الى ٤٩ / ٧٩٩
٥ / ٤٩٩ الى ٨ / ٤٩٩	٨ / ٤٩٩ الى ١٢ / ٢٠٠	١٢ / ٢٠٠ الى ٢٣ / ٧٩٩	٢٣ / ٧٩٩ الى ٣٦ / ٧٩٩	٣٦ / ٧٩٩ الى ٤٩ / ٧٩٩	٤٩ / ٧٩٩ الى ٦١ / ٥٠٠
٨ / ٤٩٩ الى ١٢ / ٢٠٠	١٢ / ٢٠٠ الى ٢٣ / ٧٩٩	٢٣ / ٧٩٩ الى ٣٦ / ٧٩٩	٣٦ / ٧٩٩ الى ٤٩ / ٧٩٩	٤٩ / ٧٩٩ الى ٦١ / ٥٠٠	٦١ / ٥٠٠ الى ٧٥ / ٥٠٠
١٢ / ٢٠٠ الى ٢٣ / ٧٩٩	٢٣ / ٧٩٩ الى ٣٦ / ٧٩٩	٣٦ / ٧٩٩ الى ٤٩ / ٧٩٩	٤٩ / ٧٩٩ الى ٦١ / ٥٠٠	٦١ / ٥٠٠ الى ٧٥ / ٥٠٠	٧٥ / ٥٠٠ الى ٩٠ / ٥٠٠

#### تصفية البوليصة :

عندما يتوقف المؤمن له عن دفع القسط لأي سبب لا يترتب على ذلك حالاً فسخ العقد . وانما يكون للمؤمن ( الشركة ) الحق في اخطار المؤمن له

( كماذاره بلزوم الدفع خلال مدة مينة وتبيان النتائج التي ترتب عليه إذا امتنع ) .

فإذا رغب المؤمن له انتهاء العقد جاز له أن يطلب ذلك إذا كان مستمراً بالدفع ثلاث سنوات على الأقل وبشرط أن لا تكون بوليصة تأمين مؤقت وكما كانت التصفية في السنوات الأولى تكون قيمة البوليصة فيها أقل بكثير من الاقساط التي كانت قد دفعت .

ان بعض الحكومات حتمت في تشريعاتها على تحديد قيمة التصفية والزمّت الشركات بذلك .

#### تخفيض قيمة الوثيقة :

في حالة توقف المؤمن له عن اداء القسط يحق له تخفيض قيمة الوثيقة بشرط ان يكون قد دفع الاقساط لثلاث سنوات وتبعاً لذلك يخفض القسط او يعفى المؤمن له من التأدية حتى اجل الاستحقاق فيدفع للمستفيد المبلغ المنخفض الذي اتفق عليه في الوثيقة وكذلك يجوز الاستلاف على الوثيقة ايضاً ما دام لها قيمة تصفية يمكن للمؤمن له ان يقبضها ، ولكن بدلاً من التصفية يمكنه ان يستلف برهنها فهو يستطيع ان يحصل على المال دون انتهاء التأمين وتكون السلفة محدود مبلغ التصفية وعادة تحتسب فائدة على القرض وما هذه إلا وسائل تتبع لتشجيع الاشخاص للاقدام على التأمين .



### التأمين من الحوادث

ان هذا المقدم يضمن الشخص المؤمن له بان يدفع له او الى المستفيد مبلغ التأمين عندما يصاب بحادث جسماني ويدفع له ايضاً تبعية نفقات العلاج والادوية كلها او بعضها حسب الاتفاق فهو يضمن المعجز الدائم الكلي او الجزئي او العاهة والمعجز الموقت .

بما يلاحظ ان هذا التأمين من انواع التأمين على الاشخاص لانه نظرية التمييز او مدى الضرر ليس لها اعتبار ايضاً فهو اذا ادخار وليس تعويضاً . وهذا التأمين كما تصدر عقوده لفرد واحد قد تصدر لجماعة تربطهم بالمؤمن له رابطة معينة كالتأمين على العمال . ويقوم بدفع الاقساط رب العمل بعد ان يستقطعها من اجور العمال وقد اجبرت بعض الدول اصحاب الاعمال التأمين على عمالهم ضد اصابات العمل . اما في العراق فقد بينا بانه من تشريع قانون الضمان الاجتماعي للعمال وهذا اغنى صاحب العمل عن التأمين على عماله ضد الحوادث .

### التأمين من المرض :

عقد بمقتضاه يلزم المؤمن مقابل اقساط المؤمن له بان يدفع مبلغاً معيناً في حالة اصابة المؤمن له في خلال المدة المتفق عليها بمرض وكذلك يدفع نفقات

العلاج والادوية فهو تأمين على اشخاص من جهة قبض المبلغ وتأمين تمويض في حالة دفع اجور العلاج فقط . وتأمين الطب في الدول الكبرى جعل هذا التأمين ليس ضرورياً للفرد .

### التأمين من المسؤولية المدنية :

لم يعد الانسان في الوقت الحاضر مسؤولاً عن التقصير الذي قام به بنفسه فحسب بل ويسأل ايضاً عن اعمال اشخاص آخرين مرتبطين به او عن اشياء في حراسته فمالك السيارة مثلاً يؤمن على ما قد يقع من الحوادث ( في حدود مبلغ التأمين ) التي تصيب الغير فتعوض الشركة - المؤمن - الذين اصابوا بالضرر .

اما التأمين من المسؤولية لم يقتصر على المسؤولية التقصيرية التي يحدثها الانسان بل تعداه الى المسؤولية التعاقدية مثل التأمين على المسافرين الذين يتعهد الشخص بنقلهم ومسؤولية الشخص حين تأدية عمله . وعملت بهذا شركة التأمين الوطنية إذ أمنت على جميع المحاسبين والجبابة وامناء الصناديق لدى الحكومة ، فعند حدوث اختلاس من قبلهم تكون الشركة ملزمة بدفع المبلغ المختلس الى وزارة المالية وبهذا ضمنت اموال الشعب وتلافت الحكومة ما قد يحدث من عجز يوقفها عن تنفيذ السياسة المالية المرسومة في الاتفاق وتوجيهه فلا يتأخر تنفيذ المشاريع نتيجة اختلاس المبالغ المخصصة لها مثلاً .

### تأمين المسؤولية من حوادث السيارات :

أ - في تأمين السيارات : تلتزم شركة التأمين بدفع التعويض عند ما تصاب السيارة بضرر جزئي او كلي كالسرقة والحريق بشرط ان لا يتعدى التعويض مبلغ التأمين .

ب - تأمين المسؤولية من حوادث السيارات : في هذا النوع من التأمين تلتزم

شركة التأمين بدفع التعويض المادي الذي سببته السيارة للغير .

بما يلاحظ ان هذا التأمين مهم جداً بالنظر للحوادث الكثيرة التي تحدثها السيارات ولكن كثيراً ما يضع المؤمن شروطاً يقلل من أهمية هذا العقد مثلاً تضمن الشركة المؤمنة الاشخاص الذين يركبون السيارة باستثناء السائق وامرة المؤمن له ولا تلتزم الشركة ايضاً بدفع التعويض اذا كان من يسوق السيارة غير مجاز او اعفائها من المسؤولية اذا كان سبب الحادث هو تحميل السيارة حولة اكثر من حولتها .

ج - التأمين الالزامي للسيارات : اصدرت الحكومة قانون رقم ٢٠٥ لسنة ١٩٦٤ لتأمين السيارات تأميناً إلزامياً ضد المسؤولية المدنية الناشئة عن حوادث السيارات وذلك لكي يسهل على المتضرر الحصول على التعويض الذي يستحقه سواء كان المسؤول متمكناً او معسراً وبموجب القانون يمول المتضرر عدا من استثناهم القانون يمول في الاصابات الجسدية والارواح . وقد ألزم القانون دوائر شرطة المرور الامتناع عن اجراء اي معاملة على السيارة ما لم يقدم مالكها شهادة تؤيد ابرامه عقد التأمين . أما الاشخاص الذين لا يلتزم المؤمن بتغطية المسؤولية المدنية الناشئة لهم ( أي تعويضهم ) هم الزوجة والاولاد والأبوين أو المستخدمين اثناء قيامهم بواجبات خدمتهم وكانوا من ركاب السيارة وقت الحادث .

## التأمين البحري Marine Insurance

بيئنا سابقاً بأن عقد التأمين البحري يعتبر من أقدم انواع عقود التأمين كما ان التشريعات الخاصة بالتأمين اول ما تناولت عقود التأمين البحري ومشارطاتها وبالنظر لتوسع التجارة اتسع كنتيجة حتمية استتمال هذا النوع من التأمين للمحافظة على الاموال إذ هو يحتل الصدارة بين عقود التأمين الآن .

### تعريف التأمين البحري :

عقد به يلتزم المؤمن تعويض المؤمن له بالكيفية والمدى المتفق عليها عن اية خسائر بحرية ويدخل في ذلك اية خسارة يشملها تعريف مخاطر البحر مقابل قسط يدفعه المؤمن له للمؤمن .

ومن أهم البيانات التي تظهر في عقد التأمين البحري هي :

- ١ - اسم المؤمن واسم المؤمن له وعنوانه كاملاً مع بيان عما اذا كان مالكا للمال أو وكيل بالعمولة .
- ٢ - نوع البضائع وقيمتها المقدرة وقيمة تأمينها .
- ٣ - الأخطار المؤمن ضدها .
- ٤ - وقت وتاريخ ابتداء هذه الاخطار وانتهائها .
- ٥ - مقدار القسط .

- ٦ - اسم الريان وامم السفينة ونوعها .
  - ٧ - السنة والشهر واليوم والساعة التي يبدأ فيها سريان المقدر .
  - ٨ - مشاركة التحكيم .
  - ٩ - ميناء الشحن وميناء الوصول والرحلة .
  - ١٠ - التواقيع .
- وعندما يملأ طالب التأمين استمارة طلب التأمين وتسال رضا المؤمن يصدر بصورة مبدئية اشعار تغطية وقد شرحنا ذلك سابقاً .
- وهذا نموذج لاستمارة طلب تأمين بحري ولاشعار تغطية :

**NATION INSURANCE COMPANY**  
**BAGHDAD BRANCH**

**شركة التأمين الوطنية**  
**فرع - بغداد**

**MARINE PROPOSAL FORM**

استمارة طلب تأمين بحري

بغداد ..... Baghdad

From ..... من

يرجى تأمين الإمرال المذكورة أدناه باسمنا

Please insure the undermentioned goods in our name

LETTER OF CREDIT No. ..... خطاب اعتماد رقم

For account of ..... لحساب

Nature of goods ..... نوع البضاعة

Packing of goods ..... نوع التغليف

Name of Supplier ..... اسم المورّد

Sum insured ..... مبلغ التأمين

Goods to be shipped from ..... to ..... تمسّن البضاعة من .....

Risks to be covered ..... نوع التأمين المطلوب

Goods to be shipped per ..... وسيلة النقل

Date of Dispatch ..... تاريخ الشحن

نشهد بهذا بأن البيانات المدرجة من قبلنا حقيقية وكاملة .

..... Signed ..... التوقيع

إذا كانت علامات البضاعة معلومة يرجى  
ذكر التفاصيل .

If identification marks  
of goods known please insert details.

بحري بحري بحري ..... Marine	التسليم Premium
بحري بحري بحري ..... War	
مجموع التسليم ..... Total Premium	
رقم وثيقة التأمين ..... Policy No.	
تاريخ وثيقة التأمين ..... Policy Date	
الملاحظات Remarks	

## شركة التأمين

### التأمين البحري

اشمار تقطية رقم

بعد التحية

نشرف بأن نعرز بموجب هذا قبولنا مؤقتاً التأمين الخاص بكم والفصلة شروطه حين اصدار وثيقة التأمين او وثائق التأمين اللازمة .

على انه من المعلوم والمتفق عليه ان هذا التأمين المؤقت يخضع للاشتراطات الآتية :

١ - ان تخطرونا بمجرد علمكم او علم مندوبيكم بشحن البضائع المؤمنة مسع ذكر اسم السفينة او السفن التي يتم الشحن عليها .

٢ - للشركة حق الفاء هذا التأمين في أي وقت وبدون ابداء الاسباب بعدد منحكم مهلة :

أ - ٣٠ ( ثلاثين ) يوماً بالنسبة للاخطار البحرية

ب - ٧ ( سبعة ) ايام بالنسبة لأخطار الحروب .

ج - ٧ ( سبعة ) ايام / ٤ ( ثمانية واربعون ) ساعة بالنسبة لاضطراب الاضراب والاضطرابات والثورات الأهلية .

على ان في هذه الحالات يستمر التأمين على الشحنات التي تكون قد بدأت قبل انقضاء المدد المحدودة اعلاه وذلك حتى وصولها الى اماكنها النهائية فنرجو التكرم باعادة احدى الصورتين المرفقتين موقماً عليها منكم بالموافقة مع الشكر .

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام

التوقيع

مدير شركة التأمين

## شروط اجراء التأمين محليا :

الزمت مديرية التحويل الخارجي جميع المصارف في العراق بارت لا تفتح اعتماداً لاستيراد أية بضاعة ما لم يكن قد اجري التأمين عليها محلياً وذلك للفوائد التالية :

- ١ - سهولة مقاضاة الشركات عند حدوث خلاف بينها وبين المستورد .
- ٢ - اطلاع التاجر العراقي بنفسه على انواع التأمين ليعمل على ما يلائم رغباته .
- ٣ - سهولة استلام التاجر مبلغ التعويض حال وقوع الحادث .
- ٤ - تشجيع الشركات العاملة في التأمين وبذلك يتم تشغيل موظفين يتدربون على ممارسة هذا العمل التجاري .
- ٥ - فائدة لخزينة الدولة لاستيفائها رسوم الطوابع وغيرها من الرسوم والضرائب .

## انواع وثائق التأمين البحري :

توجد انواع مختلفة لوثائق التأمين البحري اما أهمها فهي :

- ١ - وثيقة ذات قيمة محدودة : وبموجبها تحدد قيمة البضاعة مبدئياً فإذا حدث الحادث المؤمن ضده دفع المؤمن مبلغ التأمين سواء كان ذلك المبلغ أكبر او أقل من قيمة البضاعة بعد تلفها .
- ٢ - وثيقة غير محددة القيمة : في هذه الوثيقة لا يحدث تامين البضاعة مبدئياً بل يترك عند حدوث الحادث وبمده بقدر قيمة البضاعة المؤمن عليها والتالفة . فإذا زادت قيمتها عن القيمة المقدرة عند التعاقد يخسر المؤمن له تلك الزيادة وان قلت عن القيمة المقدرة يحق له المطالبة بفرق القسط الذي دفعه .



٣ - البوليصة العامة : في هذه البوليصة لا تحدد مدة التأمين وبموجبها يتفق المؤمن له للتأمين على بضائع من اصناف معينة ويحدد بوجه خاص مبلغ التأمين الاجالي الذي يمثل مجموع الشحنات المنتظرة . فبدلاً من اصدار لكل شحنة وثيقة تصدر وثيقة واحدة اقلالاً للتكاليف ويستفيد من هذه الوثيقة التاجر الكبير الذي يرسل شحنات باستمرار الى جهة معينة على بواخر شركة معينة .

٤ - بوليصه لرحلة معينة : يضمن المؤمن بموجبها الحسارة المتفق عليها الناتجة اثناء رحلة معينة ينص عليها مبدئياً في البوليصه مثل لندن - بصره .

٥ - بوليصه زمنية : يضمن المؤمن بموجبها الحسارة الناتجة والمتفق عليها اثناء أية رحلة تقوم بها الباخرة في غضون مدة معينة .

٦ - وثيقة تغطي جميع الاخطار : وهذه الوثيقة تغطي جميع الاخطار التي قد تصيب البضاعة اثناء نقلها غير انه لا يشمل التعويض ضمان الحائثر والاضرار والمصروفات التي يكون سببها التأخير او العيب الذاتي او طبيعة الشيء المؤمن عليه .

وتوجد وثائق اخرى يمكن اضافتها لما سبق منها تأمين ضد اخطار الحرب والاضطرابات والاضراب والشغب والهياج الشمي .

الحسارة ( العوارية ) الخاصة والمعمومية في الشحن البحري :

١ - الحسارة : وتقسم الى قسمين :

أ - الحسارة الجزئية : هي الحائثر التي تصيب جزءاً من البضاعة كلية اذا كانت البضاعة قابلة للتجزئة ( مثل صناديق شاي ) او تلف جزء من البضاعة وكل خسارة ليست بحسارة عامة تعتبر خسارة جزئية .

ان الحسارة الجزئية هي التي يكون سببها المباشر خطراً مضموناً بالوثيقة  
فالحسارة الواقعة يجرى من الشحنة اذا كانت الشحنة قابلة للتجزئة كما بينا تعتبر  
خسارة جزئية مضمونة بالوثيقة حسب شروط ( مع المواردة ) .

ان مسببات هذه الحسارة تكون نتيجة اخطار البحر والتي تقع قضاءً  
وقدراً كرشاش البحر والاضرار التي تحصل للبضائع بسبب عدم غلق ابواب العنابر  
او بالعكس يحدث التلف نتيجة لانعدام التهوية لفتح الابواب غلقاً محكماً ولمدة  
طويلة بسبب سوء الاحوال الجوية أثناء الرحلة وغيرها من الاسباب الكثيرة وما  
اوردناه على سبيل التمثيل وليس على سبيل الحصر .

ان مما يجب ملاحظته هو فيا اذا كانت الشركة ملزمة بالتعويض في الاضرار  
الجزئية ام غير ملزمة وعليه يجب ان ينص في الوثيقة اذا جرى اتفاق مسبقاً  
بهذا الخصوص وان لم ينص فيكون المفروض ان الشركة غير ملزمة بالتعويض  
الجزئي وتقدير الحسارة الجزئية يكون بنسبة تتراوح بين ٥٪ - ٣٪ بالمتة من  
قيمة البضائع المذكورة بالوثيقة

ب - خسارة غير جزئية : وهي الخسائر التي تحدث قضاءً وقدراً وتزيد  
على نسبة ٣٪ بالمتة من قيمة البضاعة المؤمن عليها .

## ٢ - الحسارة العمومية :

وهي الخسائر التي يشترك في تحملها ذوو الشأف في المخاطرة ، والمخاطرة  
تتكون عادة من ثلاثة عناصر وهي السفينة والبضاعة والتولون (اجرة الشحن)  
تحدث الحسارة الكلية نتيجة لاسباب قهرية تجعل ربان السفينة يقوم بها قصد  
السلامة العامة لانقاذ السفينة ومن عليها فيتخذ اجراءً اجبارياً كإلقاء قسم من  
البضاعة في البحر او تكسير الصواري ويحسب ايضاً جميع ما ينفق لذلك بل  
واية تضحية تبذل .

## تسوية الخسائر في التأمين البحري:

### ١ - تسوية الخسارة في حالة الخسارة الجزئية يلاحظ حالتان

الحالة الاولى: اذا كان الضرر غير جزئي من البضاعة المضمونة بوثيقة التأمين فتدفع الشركة مبلغ التعويض .

مثال :

شحنت ١٠٠ صندوق شاي وامنت بمبلغ ألف دينار وتلفت عشرة صناديق فان الشركة ملزمة بدفع ١٠٠ دينار .

الحالة الثانية : اذا كان عقد التأمين يعني الشركة من التعويض بسبب الخسارة الجزئية فلا تدفع الشركة اذا كان الضرر الذي حدث للبضاعة ضراً جزئياً .

### ٢ - تسوية الخسارة في حالة الخسارة العمومية بان توزع

الخسارة بين اصحاب السفينة والتولون وقيمة البضاعة المحملة .

مثال :

باخرة منها ٤٠ ألف دينار محملة بضائع قيمتها ١٠٠ ألف دينار وكان التولون ١٠ دينار صادفتها ظروف قهرية استدعت الداء ما قيمته ٢٠ ألف دينار واستعانن ببواخر اخرى ودفعت لها اجرة ٤٠٠ دينار والربان هشم بعض الصواري وأتلف بعض اجزاء من السفينة قيمتها ٦٠٠

الحل :

$$\text{مجموع الخسائر } ٢٠٠٠٠ + ٤٠٠ + ٦٠٠ = ٢١٠٠٠٠ \text{ دينار}$$

توزع الخسارة بنسبة ٤٠٠٠٠ ثمن الباخرة ١٠٠٠٠ حصة التولون ١٠٠٠٠٠ ثمن

$$\text{البضاعة اي بنسبة } ٤ : ١ : ١٠ = \text{المجموع } ١٥$$

$$\text{فنصيب الباخرة ٤} = 21000 \times \frac{4}{15} = 5600$$

$$\text{ونصيب النولون ١} = 21000 \times \frac{1}{15} = 1400$$

$$\text{ونصيب اصحاب البضائع المحملة ١٠} = 21000 \times \frac{10}{15} = 14000$$

ومن ثم تقسم ١٤٠٠٠ دينار على اصحاب البضائع بنسبة قيمة كل شحنة لكل واحد منهم .

\* \* \*

البَابُ السَّادِسُ

الإِعْلَانُ



### مقدمة - تعريف الاعلان ، اهميته ، تطوره

الاعلان هو واسطة تعريف المستهلك بالبضائع والخدمات التي تتعاطى فيها المؤسسة عن طريق التأثير على اختيار المستهلكين بين السلع المختلفة وخلق المفاضلة بين سلعة واخرى والاعلان في الحقيقة هو محاولة استخدام علم النفس في بيع وتسويق السلع وتنبية اصحاب الطلب الى وجود مزايا وفوائد حقيقية للشيء المعلن عنه .

ولنستطيع ان ندرك الدور الذي يلعبه الاعلان في الحياة التجارية والاقتصادية لتتأمل مستهلكا ذا دخل محدود يريد توزيعه بين البضائع والخدمات التي يحتاجها فمن الواضح ان هنالك عدداً لا حصر من البضائع والخدمات يمكن اعتبارها جميعاً متنافسة للحصول على دينار المستهلك فاذا حصلت سلعة معينة على نصيب اكبر منه يؤدي ذلك الى هبوط حصة السلعة الاخرى فالاعلان هو السلاح او الوسيلة التي يملكها التاجر لغرض زيادة حصته من دينار المستهلك ومنافسة السلع الاخرى سواء أكانت سلماً بمائة ام غير بمائة .

ويعتبر الاعلان السليم من الاسلحة الفعالة التي يفزوها التاجر او المنتج السوق ويساعد على ترويج سلعه ان اجيد استعمال هذا السلاح والا كان ضرره بليغاً على المعلن فبدلاً من ان يكون الاعلان مروجاً لبيع السلع باظهار مزاياها قد يكون مشهراً لبيعها لذلك قيل عنه انه سلاح ذو حدين . فالاعلان الجيد الناجح يزيد الطلب على السلعة الموجودة اما الاعلان الفاشل فانه يظهر مساوىء

السلعة الرديئة فيعافها الجمهور المستهلك ويملأ وتخرج من السوق بأمرع مما دخلت فيه .

### تطور الاعلان :

ان الاعلان بمفهومه الحديث هو استخدام الوسائل الواسعة الانتشار للوصول الى المستهلك والتأثير على طريقة انفاقه لدخله فاستعماله كفن حديث العهد يرجع الى القرن العشرين أما إذا فهمنا ان الاعلان كواسطة لترويج السلع عن طريق عرضها في اسواق خاصة أو أماكن مكشوفة فانها قديمة يمكن ارجاعها الى الاف السنين .

ولكنه من الممكن القول ان تطور الاعلان وصبرورته الى فن قائم بذاته له قواعده واصوله يرتبط مع التطور الحديث في الاساليب التجارية ودخول الآلة في الانتاج على نطاق واسع والتزام المنافسة المشروعة بين المنتجين والبيوعات التجارية التي رافقتها من جهة التطور السريع الذي حدث في الطباعة والفنون الاخرى المتعلقة بإخراج الاعلان وتوزيعه . ثم ان استخدام الآلة في الانتاج الوفير ابعد الشقة بين المنتج والمستهلك كل هذه الاسباب كانت مدعاة لاتخاذ الوسائل السريعة لانتشاره ولخاطبة الجماهير جلة لخلق الرغبة في نفوسهم وحشهم على الشراء بتحويل تلك الرغبة الى شراء فعلي .

### العوامل التي ساعدت على تطور الاعلان :

لقد قضاشرت عدة عوامل على جعل الاعلان يصل الى المكانة التي يحتلها الآن في الحياة التجارية اذ اصبح من الاهمية بكان بحيث لا يمكن الاستغناء عنه سواء بالنسبة للتاجر او المنتج او المستهلك ويمكن تصنيف هذه العوامل الى المجموعات التالية .

#### ١ - العوامل الاقتصادية :

والتي بدأ تأثيرها منذ الثورة الصناعية واستخدام الآلة في انتاج ومسا



أحدثته من هجرة أهل الريف إلى المدينة وزيادة عدد السكان وظهور المدن الكبيرة وتطور طرق الانتاج ووسائله وظهور الانتاج الكبير ذي النطاق الواسع الذي أدى إلى احتدام المنافسة بين المنتجين ولا سيما أولئك الذين ينتجون أو يتعاملون بسلع متماثلة أو متشابهة أو التي تؤدي غرضاً واحداً. ويمكن القول بأن المنافسة سواء أكانت بين السلع المتشابهة أو بين جميع السلع والخدمات للحصول على حصة أكبر مما ينقله المستهلك تعتبر من الدوافع الرئيسية لتقدم الاعلان وانتشاره بصورة واسعة .

## ٢ - العوامل الاجتماعية والنفسية :

يتصف المجتمع الحديث بفقدان الصلة المباشرة بين المنتج والمستهلك من جهة وتعدد البضائع والخدمات المعروضة أمام المستهلك من جهة أخرى وهذا معناه ان المستهلك لا يستطيع ان يلمس جودة ما يريد ان يشتريه ولا يتوفر لديه الوقت الكافي لان يحكم على الاف السلع المتنافسة فيما بينها . ولذلك فان المجتمع الحديث بحاجة إلى الاعلان لتعريف المستهلك بخيارات السلع المختلفة ودرجة تلبية احتياجاته .

ومن الجدير بالذكر ان تطور علم النفس ومبادئه وتأثر الناس كأفراد وجماعات بما يلمسونه من ظواهر وافكار زودفن الاعلان بسلح ماهر مكنه من الوصول إلى اذنان المستهلكين والتأثير على رغباتهم وأذواقهم وعاداتهم الميشية ومن ثم على اسلوب التعبير عن هذه الرغبات والعادات عن طريق طلب البضائع والخدمات المختلفة .

## ٣ - تقدم العلوم والفنون :

لقد ساهمت الفنون والعلوم في تطور الاعلان وازدياد فعاليتيه التأثيرية وازهاره بالمظهر الذي نراه عليه اليوم ومن أهم الفنون التي لها علاقة مباشرة بالاعلان الطباعة وما طرأ عليها من تقدم في فن الطباعة والحفر والتلوين والتي

مكنت من انتشار الصحف اليومية والمجلات التي تعتبر من أهم وسائل نشر الاعلان ومن الفنون الأخرى التي لها فضل كبير في اخراج الاعلان الرسم بأنواعه والتصوير الفوتوغرافي واختيار الألوان ومن عرض السلع ووسائل التزيين والتصوير والاخراج السينمائي والتلفزيوني. وبالإضافة الى ذلك فقد استفاد مخرجو فن الاعلان من بعض العلوم الحديثة كعلم النفس والاحصاء والتسويق ودراسة السوق .

### اغراض الاعلان ومزاياه :

يمكن القول بصورة عامة ان الفوائد المتوخاة من الاعلان يمكن تلخيصها بترويج السلع التي يضعها او يتاجر بها المعلن عن طريق تقديمها وتعريف مزاياها الى الجمهور المستهلك على ان فوائد الاعلان ومزاياه لا تقتصر على تحقيق مستوى اعلى من الارباح للمنتج والوسيط عن طريق ترويج السلع التي يتعامل بها اذ ان للاعلان فوائد أخرى تتعلق بتنشيط الحركة التجارية في البلاد وتربية أذواق المستهلكين وتعريفهم الى عادات استهلاكية جديدة ترفع من مستواهم المعاشي وتيسر لهم الحصول على البضائع والخدمات بكلفة اقل .

وعلى هذا الاساس تبين لنا ان فوائد الاعلان متعددة ولا تقتصر على منتج السلعة او موزعها وانما فوائد المستهلك والمجتمع بصورة عامة .

وسنبحث هذا الموضوع تحت الابواب التالية :

- ١ - المنتج او الوسيط : الترويج لغرض زيادة الارباح .
- ٢ - المستهلك : للتعرف على البضائع الملائمة لحاجاته والحصول على السلع بكلفة أقل .
- ٣ - المجتمع : الدور الثقافي الذي يلعبه الاعلان .

## فوائد ومزايا الاعلان للمنتج او الوسيط - الترويج وزيادة الارباح :

ترمي سياسة الاعلان في المؤسسة سواء أكانت مؤسسة صناعية او تجارية الى زيادة ارباحها عن طريق ترويج وتنمية الطلب للسلع التي تتعامل فيها وحث المستهلك على اقتنائها ويمكن تحقيق ذلك بواسطة توكيى الاغراض التالية :

### ١ - تعريف الجمهور المستهلك بالسلع والعمل على زيادة الطلب عليها

يعتبر الاعلان من الاسلحة الفعالة التي تساعد المنتج او التاجر على تعريف الجمهور بسلعته الجديدة وذلك بذكر مزاياها وكيفية استعمالها ومقدار تلبستها لحاجات يحس بها المستهلكون او حملهم على الاعتقاد بضرورة اتباع هذه الحاجات وقد يدعو الاعلان الذي يدخل بضاعة جديدة الى الاسواق الى خلق حاجة لم يكن يحس الناس بوجودها .

ولا يكفي المعلن بخلق طلب لسلعة جديدة بل يستمر في الاعلان للمحافظة على هذا الطلب وتنميته وذلك بتذكير المستهلكين بمزايا السلع المعلن عنها .

### ٢ - كسب الشهرة والحماية من المنافسة :

ان الاعلان هو من أهم الوسائل الفعالة التي يركن إليها المنتج او التاجر لخلق وتقوية شهرة حسنة للمؤسسة والتي تساعد على ترويج سلعها نتيجة لاكتساب ثقة واحترام المستهلكين . ومن الجدير بالذكر ان شهرة المحل تعتبر من موجودات المؤسسة والتي تقدر بقيمة مالية فيما اذا بيعت او صفيت او حولت الى مؤسسة اخرى .

ولا حاجة بنا الى القول ان الحياة التجارية تتصف بالمنافسة الشديدة بين مختلف المنتجين والتجار مما يؤدي الى ظهور كثير من السلع المتشابهة او البديلة

في السوق ولا توجد وسيلة لحماية المنتج القديم والمحافظة على سوق سلمته الا  
بالاعلان عنها والترويج لها .

وقد يحدث ان تتمدى هذه المنافسة حدودها المقبولة وتتحول الى منافسة  
غير مشروعة كالتشهير وقذف الاتهامات المفرضة والتقليد فيصبح الاعلان  
عندئذ سلاحاً لفضح التقليد وازالة خطره وتنبية المستهلكين الى المزاي التي  
تتمتع بها السلعة الاصلية وتفوقها على سلع التقليد والاجابة على الاتهامات  
الباطلة وتنوير الرأي العام هذا بالإضافة الى ان القانون التجاري منحه المنافسة  
غير المشروعة .

### ٣ - الترويج العام للسلعة وتقوية الروابط بين المنتجين والتجار :

يساهم الاعلان في ايجاد وتقوية الروابط بين منتجي سلعة معينة او بين من  
يتعاملون بها في داخل القطر او في اقطار ممتدة ويؤدي ذلك الى تكافهم  
لتحسين نوعية السلعة وايجاد اسواق لها والمشاركة في البحوث العلمية والاقتصادية  
المستلزمة مما يؤدي الى تقوية الصناعة بأمرها ومن أمثلة ذلك الرابطة التي  
بين شركات النفط .

ومن الاتجاهات الحديثة التي يميل اليها منتجو سلعة واحدة هو اتفاقهم على  
ما يسمى بالاعلان الجماعي وهو الدعوة الى استهلاك سلعة معينة او التمتع بخدمة  
معينة وحث الجمهور على اقتنائها او استعمالها بصرف النظر عن اسم المنتج او  
الموزع ومن الامثلة على ذلك الحملات الاعلانية التي يقوم بها منتجو القهوة او  
الشاي وما تفعله شركات النقل والسياحة في الدعوة الى استعمال واسطة معينة  
للسفر دون الأخرى .

### ٤ - فوائد معنوية :

هنالك فوائد أخرى يحينها المنتج من الاعلان مما لا يستطيع تقديره بالمال

فالثقة والاطمئنان والاستقرار التي تسود موظفي المؤسسة الناجمة والتي اكتسبت شهرة ومكانة في السوق تؤدي الى تفاني موظفيها في العمل واخلاصهم للمؤسسة واقتحامهم بالانتاء اليها بما يزيد في قابليتهم الانتاجية وحرصهم على أموال المؤسسة واقتصادهم في النفقات مما يؤدي بالتالي الى ازدياد الارباح المادية للمؤسسة .

### فوائد ومزايا الاعلان للمستهلك

— التعرف على السلع وحصوله عليها بأسعار أقل :

بما لا شك فيه ان مصاريف الاعلان التي تنفقها المؤسسة لتوطيد مركزها في السوق وترويج السلع او الخدمات التي تتعامل بها تعتبر من نفقات المؤسسة التي تؤخذ بنظر الاعتبار عند تسعير السلعة وعلى ذلك فان المستهلك بالتالي يتحمل هذه المصاريف او أغلبها وهو لا يفعل اغتباطاً او رغبة منه في افادة المنتج او الموزع وانما يمكن القول بأن فوائد الاعلان لا تقتصر على المنتج او الوسيط بل تعداها الى المستهلك ومن أهم هذه الفوائد ما يلي :

#### ١ — انخفاض السعر نتيجة لزيادة الانتاج :

ان الاعلان الناجع يرمي الى زيادة الطلب على السلعة او الخدمة المعلن عنها اذا حقق الاعلان ذلك فان المنتج يضطر الى زيادة انتاجه لسد الطلب المتزايد مما يؤدي الى التمتع بمزايا الانتاج الكبير على النطاق الواسع والوفورات الاقتصادية التي تؤدي الى انخفاض انتاج الوحدة الأمر الذي يدعوا المنتج الى عرض السلعة بسعر أقل من السعر القديم مما يمكن عدداً أكبر من الناس من التمتع بهذه السلعة بعد انخفاض سعرها وهذا بدوره يؤدي الى تزايد الطلب أكثر فأكثر ويمكن المنتج من استمالة احدث الآلات والأنظمة الحديثة في انتاج سلعته وبالتالي لانخفاض سعرها وهكذا دواليك .

ومن الجدير بالذكر ان السلع التي تستجيب لهذه القاعدة هي تلك التي تنتم بطلب مرن أي تلك التي تتأثر تأثراً كبيراً بانخفاض السعر - مثلاً اذا خفض السعر بنسبة ١٠ في المئة يزيد الطلب بنسبة ٥٠ في المئة - ومن الأمثلة على ذلك الثلاجات والصلالات الكهربائية والتلفزيون والسيارات وغيرها من السلع الاستهلاكية المرتفعة الثمن نسبياً .

## ٢ - التعرف على السلعة وسهولة طلبها :

ان المستهلك الذي يرغب في اقتناء سلعة معينة يصعب عليه اختيارها بين الأنواع المتعددة المعروضة في الاسواق بالإضافة الى مضيقته وقته في التفكير في شراء هذا النوع او ذاك او تفضيل هذا الاسم على ذاك لولا وجود الاعلان وقابليته في خلق انطباعات في نفسية المستهلك تجعله يستطيع ان يوفر على نفسه الجهد والوقت بتفضيله أنواع معينة يطمئن اليها ويشق في مزاياها المعلن عنها ولا يتردد في اقتنائها كلها احتاج الى تلك السلعة غير ان ذلك لا يمنع المستهلك الذي يريد ان يحصل على أقصى ما يستطيع من الجودة لقاء الثمن الذي يدفعه ان يحرب الأنواع الجديدة التي تعرض في السوق للتعرف على مزاياها ويقارنها بالأنواع التي كان يستهلكها سابقاً ولكنه يمكن القول بصورة عامة بأن معظم المستهلكين تتحكم فيهم عادات وطباع استهلاكية معينة فمع ما ركنا الى أنواع معينة او أسماء مشهورة فانهم يستمرون في طلبها رغم دخول أنواع منافسة للسوق ومن هنا ندرك أهمية الاعلانات التذكيرية التي تساعد على طبع اسم السلعة في ذهن الجمهور .

## ٣ - المحافظة على نوعية السلعة والعمل على تحسينها :

ان المعلن الذي اكتسبت سلعته طلباً وشهرة منتشرة يعمل على المحافظة على نوعيتها او جودتها ولا يفكر في هبوطها لأن ذلك قد يؤدي الى تنكسر المستهلكين لها واحجامهم عن شرائها ومن الأمثلة على ذلك الأنواع المعروفة من

الصابون وشفرات الحلاقة والاطعمة المعلبة . واذا كان لابد من التفسير او التجديد في السلعة فيكون في اغلب الأحيان نحو الأحسن فقد لا تلقى السلعة اقبالا كافياً من الجمهور بالرغم من الاعلان عنها . وهنا يدرس المعلن او المنتج أسباب تخلف سلعته في السوق وعدم تمتعها برضاء الجمهور المستهلك فيعمل على ازالة تلك الأسباب عن طريق رفع نوعيتها او تحسين منظرها .

#### ٤ - حماية المستهلك والحرص على خدمته :

ان العلامة التجارية او العلامة الفارقة التي يضمها كل منتج على السلع التي ينتجها تعتبر بمثابة حماية للمستهلك من السلع الرديئة وضماناً لحصوله على الجودة والنوعية التي اعتاد الحصول عليها من السلعة التي تحمل هذه العلامة او تلك وقد يحاول بعض المنتجين تقليد السلع الناجحة بإهمام الجمهور بأنه يحصل على النوعية ذاتها وعند ذلك يقوم صاحب السلعة الأصلية باكتشاف التقليد وتحذير الجمهور من مخاطره .

وفي كثير من السلع التي ينتفع منها المستهلك لمدة طويلة نسبياً يهمل جوداً بقاء هذه السلع في وضعية صالحة للاستعمال طوال مدة الاستفادة منها ومن هنا تأتي أهمية الاعلان في تنبيهه الى الاستعداد التام لصيانة السلع وضمان اصلاحها كما يفعل ذلك تجار السيارات والثلاجات والساعات .

#### فوائد الاعلان للمجتمع - الدور التثقيفي الذي يلعبه الاعلان :

يلعب الاعلان دوراً كبيراً بالنسبة للمجتمع بصورة عامة سواء أكان ذلك بطريقة مباشرة أم غير مباشرة حيث ان الجمهور المستهلك يتعلم بهذه الوسيلة فوائد ومزايا واستعمالات سلع عديدة لم تكن سابقاً ضمن ما يستهلكه من البضائع والخدمات فيتشوق الى اقتنائها ولتمتع بفوائدها وربما تدفعه هذه الرغبة الى العمل على توفير الموارد اللازمة لشراؤها من دخله وبذلك يساهم

الاعلان في رفع مستوى الميثة للمجتمع وهكذا نرى ان للاعلان فضلاً كبيراً في رواج الكثير من السلع الكمالية التي تزيد من متعة وراحة الفرد والتي بإزدياد الطلب عليها يكثر انتاجها فيسهل على الفرد اقتناؤها بأقل سعر ممكن وكثيراً ما تدفع الاعلانات الفرد إلى اقتنائه سلعة كالثلاجة الكهربائية فيحاول كل من لا تسمح مقدرة الشرائية بذلك ان يزيد مقدرة الانتاجية فيزداد دخله الى الحد الذي يحقق هذه الأمنية .

ولعب الاعلان دوراً تثقيفياً كبيراً في المجتمع حيث بطلع بواسطته الجمهور على كثير من الحقائق والمعلومات التي لم يتيسر لهم الاطلاع عليها سابقاً كصادر انتاج السلعة المختلفة والتقدم الحاصل في مختلف العلوم والفنون والتطور في صناعات الادوية والوسائل الفعالة للوقاية من الامراض والابوسة وطرق مكافحة الحشرات الضارة في كل دور من أدوار غوها .

وكثيراً ما تكون الاعلانات وسيلة لتعليم القارئ كيفية القيام ببعض الاعمال المنزلية كالتأنيث والطبخ والتفصيل واشغال الابرة فيستفيد منها القارئ سواء اشترى السلعة المعلن عنها او لم يفكر في شرائها ومن الامثلة على ذلك خياطة الملابس وصنع الأثاث وتحضير أنواع معينة من الطعام وغيرها .

### الاعلان غير التجاري :

لا يقتصر دور الاعلان على الميدان التجاري والاقتصادي بل ان هنالك ميادين كثيرة يستخدم فيها الاعلان ولا يقصد منها ترويج سلعة او بضاعة معينة بل انها تستخدم لحث الجمهور على اتباع عادات محبة فيستخدم الاعلان مثلاً في افهام الناس بانظمة المرور لتقليل الحوادث والمحافظة على ارواح الناس وفي تلبية النداءات الاجتماعية لنيل عطف الجمهور ومساهمته في الفعاليات التي تقوم بها المؤسسات والجمعيات الخيرية والهيئات العامة كالإعلانات التي يدعى فيها القارئ لم يد المساعدة سواء بالمال او اعطاء الدم او التطوع او التبرع بالملابس والمواد



الغذائية لاغثة المتكوبين او لمكافحة الأمية او لمكافحة الأمراض .

كما ان الحكومة وشركات التأمين والمصارف ومؤسسات التوفير الأخرى تشجع الافراد على الادخار وذلك بالاعلان عن مزاياه مما يولد فيهم روح الادخار والتأمين على حياتهم وحياء ذويهم ضمناً لمستقبل سعيد وبما هو جدير بالذكر اهمية المدخرات التي يزيادها يزداد الاستثمار والدخل القومي .

ويستخدم الاعلان ايضاً في الحقل السياسي للدعوة الى تأييد هيئات او احزاب سياسية وفي الانتخابات للدعوة الى تأييد مرشحين معينين وقد وصل استخدام الاعلان في الحملات الانتخابية درجة كبيرة من التنظيم والفعالية وضخامة الميزانية الاعلانية كما يحدث في الولايات المتحدة الاميركية .

ويعمل الاعلان في مجالات اخرى لإيجاد الروابط بين الافراد لفرض الزواج مثلاً والاهتداء الى مرتكبي الجرائم وذلك بالاعلان عن جوائز مالية لمن يرشد او يساعد على كشف المجرم كما يساعد الاعلان في العثور على المفقودين وذلك بالاعلان عن اوصافهم .

وفيما عدا ذلك فان للاعلان تأثيراً قوياً في تغيير طباع الناس وعاداتهم والدعوة للسير مع التطورات الاجتماعية الجديدة وزيادة الوعي الوطني بين الافراد وتوحيد مجهودهم في سبيل الذود عن حياض الوطن والتضحية من اجله .

### مراحل الاعلان

#### دراسة السوق وتصميم الاعلان واخراجه

لا بد للإعلان قبل ظهوره بالشكل اللائق الذي يحقق الاغراض المتوقعة منه من المرور في عدة مراحل علمية وفنية تزداد دقة واتساعاً بأهمية الاعلان وضخامة الميزانية المخصصة له وكذلك يتعلق اتساع مراحل الاعلان وتمتعدها على ماهية الاعلان فالاعلان الادخالي الذي يعرف الجمهور بالسلعة للمرة الاولى يختلف في هذا الصدد عن الاعلان التذكيري الذي يحاول المحافظة على الطلب لسلعة او خدمة يعرفها الجمهور المستهلك سابقاً . ويمكن تلخيص مراحل الاعلان بالخطوات التالية :

- ١ - مرحلة دراسة السوق والابحاث .
- ٢ - مرحلة تصميم الاعلان .
- ٣ - مرحلة اخراج الاعلان واظهاره في احدى وسائل النشر .

#### دراسة السوق

يقصد بدراسة السوق التعرف عن طريق البحث والاستقصاء الى العوامل التي تعين او تحدد الطلب على سلعة معينة ومدى اتساع هذا الطلب واماكن

وجوده ونفسيه المستهلكين وطبائهم الاستهلاكية ومستوى دخولهم ووجود السلع المتنافسة والمثابة في السوق واسعارها وجودتها وتوزيعها وما الى ذلك من العوامل التي تساعد على تحديد الطلب المحتمل على السلعة المعلن عنها والطريقة المثلى لتسويقها .

ومن الواضح ان المعلن لا يستطيع التعرف او التأكد من هذه العوامل وتقدير اهميتها بواسطة الحدس او التخمين إذ لا بد من استخدام طرق البحث والاستقصاء المعروفة للوصول الى الحقائق والمعلومات ذات العلاقة .

ومن أهم طرق الاستقصاء والبحث المستعملة في دراسة السوق هي الاتصال المباشر بالمستهلكين وبوسطاء البيع بواسطة مندوبين مدربين او بالبريد وذلك للتوصل الى معرفة رغباتهم وانتقاداتهم للسلعة موضوع البحث واسباب تفضيلهم سلعة أخرى وقد تستعمل لهذا الغرض مجموعة مهيئة من الاسئلة ومصممة من قبل خبراء للمستهلكين ، لغرض استخلاص الحقائق والاستنتاجات منها . وفي هذا الصدد يمكن استخدام قواعد واساليب علم الاحصاء للوصول الى هذه النتائج عن طريق تعميم النتائج المستخلصة بتوزيع عينات على مجموعة كبيرة من المستهلكين ليتمكن الركون الى تلك النتائج .

وفضلاً عن الاتصال بالجمهور المستهلك او ببعضهم فان المنتج قبل تقديمه بضاعة جديدة الى السوق يهه معرفة آراء التجار حول امكانية تقبل السوق للسلعة ومدى اتساع تصريف السلع المشابة والسلع المنافسة والأساليب المثلى لتسويق السلعة والصعوبات التي يلاقونها في توزيع السلعة بالإضافة الى ان الوسطاء يستطيعون نقل رغبات المستهلكين الى المنتج بحكم اتصالهم بهم شخصياً ويتم هذا الاستقصاء بنفس الطريقة التي يتم بها مع المستهلكين اي بالاتصال الشخصي بالتجار او بطريق البريد .

ومن مصادر المعلومات الاخرى المستعملة في عملية الاستقصاء الاحصائيات الحكومية وغير الحكومية والتي لها علاقة بالسلعة المتوي الاعلان عنها وتعتبر

الاحصائيات والابحاث الاقتصادية المتعلقة بالحركة التجارية بصورة عامة واسواق السلع المعنية بصورة خاصة من المصادر التي لا غنى عنها لفرض تحديد مقدار الطلب المحتمل على السلعة المتوي ادخالها الى السوق ودرجة المنافسة المتوقعة .

ولا يحتاج الحصول على هذه المعلومات الى مجهود شخصي في اغلب الاحيان لتوفرها لدى الهيئات الرسمية وشبه الرسمية والاهلية مثل الدوائر الاحصائية الحكومية والهيئات القنصلية والمحققين التجاريين والغرف التجارية والمصارف واتحاد الصناعات المحلية والتقابات .

### النتائج المتوخاة من دراسة السوق :

ان الغرض الرئيسي من دراسة السوق بالنسبة الى الحملة الاعلانية هو ضمان نجاح الاعلان نفسه عن طريق تعيين الاسواق الرئيسية للسلعة وغير وسيلة للوصول الى تلك الاسواق وتعيين افضل الوسائل الاعلانية واوقاتها .

ومن الواضح ان ما تقدم حول دراسة السوق دراسة منظمة ومسهبة يجب ان يسبق ادخال سلعة جديدة للسوق او نوع مستحدث من سلعة قديمة وما يرافق ذلك من حملة اعلانية ادخالية اما فيما يتعلق بالاعلان التذكيري فان دراسة السوق في هذه الحالة تشير الى تنبؤ القوى التي تؤثر على مقدار الطلب وتوزيعه ومكانه والتغيرات الاساسية التي تطرأ على هذه القوى ليصبح في الامكان أخذها بنظر الاعتبار وتكييف الحملة الاعلانية ومن ثم الانتاج بموجبها .

وفيا يلي شرح موجز لأم الاغراض المتوخاة من الدراسة المنتظمة لسوق السلعة .

#### ١ - اختيار وسيلة الاعلان المناسبة :

ان من أهم الاسباب الموجبة لدراسة السوق هو تعيين ومعرفة الاشخاص الذين سيكوّنون غالبية الطلب على تلك السلعة واذا تم معرفة هؤلاء على وجه

التقريب فانه من الممكن اختيار وسيلة الاعلان التي تناسب هذه الفئة فلو كانت السلعة موجهة الى فئة امية فان الاعلان الناطقي او الملصقات هي خير وسيلة والاعلان الموجه الى الاطباء مثلا ينشر في مجلات او مطبوعات يقرأها هؤلاء دائما كالمجلات العلمية والطبية .

## ٢ - اختيار الوقت المناسب للاعلان :

ان تعيين الوقت المناسب للاعلان والتركيز الزمني للجملة الاعلانية عامل أساسي في نجاح الاعلان لإثارة رغبة الشراء عند الفرد وتحويل تلك الرغبة الى طلب حقيقي على السلعة المعلن عنها ولا سيما في حالة السلع ذات الطلب الموسمي كالادوية والمراوح والألبسة الصيفية والثتوية والسلع التي تباع بكثرة في الاعياد ومواعيد افتتاح المدارس . ان دراسة السوق تمكن المنتج من تحديد الطبيعة الموسمية لطلب السلعة المعلن عنها وأزمنة تركيز هذا الطلب لكي يتسنى له الاعلان عن سلعة قبل حلول مثل هذه المناسبات او المواسم بوقت غير طويل وذلك لحث الجمهور على شرائها في الوقت الذي تظهر فيه الرغبة والمقدرة على الشراء .

## ٣ - تعيين ضخامة الحملة الاعلانية وميزانيتها :

ان دراسة السوق تمكن المنتج أو الموزع من تقدير ضخامة الحملة الاعلانية وميزانيتها السنوية أو لمدة مالية معينة إذ ان طبيعة الطلب المتوقع على السلعة المعلن عنها وتوزيعه من ناحية الزمان والمكان يلقي ضوءاً على المبالغ التي يجب تخصيصها للاعلان .

وتختلف المبالغ التي تصرف على الحملات الاعلانية باختلاف السلع المعلن عنها كما يتوقف أيضاً على نوع الحملة الاعلانية ( إدخالية او تذكيرية ) كما ان وسيلة الاعلان لها اثر في مصاريف الاعلان فمما لا شك فيه ان بعض الوسائل الاعلانية قليل الكلفة والبعض الاخر غالي الكلفة بالنسبة للنتائج المتوقعة منه .

وتعني الميزانية الاعلانية في بعض المؤسسات على اساس نسبة معينة من المبيعات السنوية سواء لسلعة واحدة او لسلع عديدة معا او تخصص على ضوء ماصرف في السنوات السابقة مع مراعاة ما يستجد من عوامل وظروف تؤثر على طبيعة الطلب ومقداره والتوزيع الجغرافي للمستهلكين وتخصص بعض المؤسسات مبالغ معينة على اساس البرنامج الموضوع لكل حملة اعلانية ويستند بنتائج الحملات الاعلانية السابقة فان اثرت وحقت الغرض المرجو منها يعاد صرف نفس المبلغ وان فشلت يعاد النظر في التقديرات السابقة على ضوء العوامل التي استجذت .

ومن المعروف انه لا يمكن توقع نتائج سريعة للحملات الاعلانية الخاصة بادخال سلع جديدة الى السوق اذ ان هذه الحملات تستلزم التغلب على مقاومة المستهلكين في تجنبهم السلع الجديدة وتفضيلهم سلعا ماثلة في الغرض والتي اكتسبت اسما وشهرة وتتميز هذه الحملات بضخامة ميزانيتها وتركيزها واستمرارها وسائل متعددة من وسائل الاعلان تناسب تباين الافراد من حيث الطبائع والعادات والتنفقات .

#### ٤ - مراجعة السياسة الاعلانية :

قد يحدث ان يختار المنتج او الموزع سياسة اعلانية خاطئة او غير فعالة بسبب خطأ في تقدير العوامل المؤثرة على الطلب والمتعلقة به مما يحتم عليه مراجعة هذه السياسة وإجراء التعديلات عليها على ضوء دراسات احدث للسوق فمثلا قد يختار المنتج وسيلة الاعلان في دور السينما كواسطة رئيسية لتعريف سلعته وقيمة الطلب عليها ومن ثم يكشف نتيجة دراسته للسوق مجددا ان الغالبية العظمى من المستهلكين المتوقعين لهذه السلعة لا يترددون على دور السينما وبناء على هذه النتائج يغير المعلن وسيلة الاعلان من السينما الى الصحف اليومية او الى تقديم غاذج صغيرة من السلعة مجاناً للمستهلكين ليتعرفوا إلى مزايها السلعة ويتعودوا على استعمالها .

## ٥ - دراسة نفسية ( سيكولوجية ) المشترين :

ان دراسة السوق تتوقف على دراسة نفسية المشترين دراسة مستفيضة وتحليل رغباتهم وطبائعهم الاستهلاكية على ضوء عوامل البيئة والثقافة والحالة الاجتماعية والأعلان الناجح هو ذلك الذي يأخذ بنظر الاعتبار سيكولوجية الجمهور المستهلك ومحاولة التأثير عليه من الجوانب التي يسهل فيها هذا التأثير لاضفاف مقاومة المستهلك وتورده في اقتناء السلعة .

ومن الفرائز والطباع التي يستفيد منها المعلنون للتأثير على المشترين حب الظهور والرغبة في الثقة والاطمئنان وحب الاستطلاع ونزعة الخوف والتفكير في المستقبل وان التأكيد على احدى هذه النزعات أو بعضها يعتمد على دراسة سيكولوجية المشترين وعلى طبيعة السلعة المعلن عنها فمثلاً يستفاد من نزعة الخوف والتفكير فيما يخبئه المستقبل من صموبات وأخطار للأعلان عن التأمين على الحياة .

وبالنسبة للاستهلاك الذي يستجيب لفرصة حب الظهور والشعور بالتفوق يؤكد المعلن على نفاسة السلع المعلن عنها وكونها فريدة من نوعها كما هو الحال في المطور والمجوهرات وموديلات الملابس النسائية الجاهزة

وبالإضافة الى كل ما تقدم والذي يخص الأغراض المتوخاة من دراسة السوق وتأثيرها على الحملة الاعلانية فان لدراسة السوق اثر كبيراً على السلعة نفسها وطريقة صنعها وجودتها وتغليفها وذلك لتفديها الى المستهلك بالشكل الذي يفضلها وهكذا تمكننا دراسة السوق من التوصل الى معرفة رغبات المستهلكين ومن ثم العمل على تحقيق تلك الرغبات عند صنع السلعة بشكل يحماها في متناول كل من يطلبها .

## ٢ - مرحلة تصميم الاعلان :

تصميم الاعلان هو عملية وضع فكرة الاعلان الرئيسية بحيث تتوفر في تلك

الفكرة العناصر الكافية لابراز هذه الفكرة بشكل ملفت للأنظار ويجب ان يأخذ المصمم بنظر الاعتبار النتائج التي توفرت لدراسة السوق والتي تخص وسيلة او وسائل الاعلان والوقت المناسب لموضخامة الميزانية الاعلانية وسيكولوجية الجمهور المستهلك لتلك السلعة . ويمكن القول ان فكرة الاعلان تنبثق من هذه الظروف والعوامل وتتجاوب معها . على ان التصميم لا يقتصر على وضع الفكرة المناسبة للعوامل التي مر ذكرها اذ ان عنصر الابتكار والابداع ضروري هنا وهو موهبة لا بد وان يتمتع بها المصمم للاعلان كما يتمتع بها الرسام والنحات والموسيقي ولذلك يسمى البعض المصمم برجل الفكرة .

ولا يقتصر التصميم على ابتداء فكرة الاعلان والتبرير عن تلك الفكرة بشكل معين وانما يمتداه الى توفير الامكانيات والظروف لاجراء تلك الفكرة بشكل متناسق والاستفادة من الفنون الجميلة كوسيلة لاطهار تلك الفكرة وتحقيق الغاية المتوخاة من وراء الاعلان .

#### الامور التي يجب ان يحققها تصميم الاعلان :

ان مصمم فكرة الاعلان لكي يكون تصميمه ناجحاً لا بد وان يستهدف تحقيق الامور التالية :

(١) يكون الاعلان ملفتاً للنظر ومستريحاً للانتباه وذلك لكي يدفع الجمهور الموجة اليه الاعلان لرؤيته وقراءته بدافع حب الاستطلاع وبدون ذلك يصبح الاعلان وسيلة لضاياع مجهود المصمم واموال المعلن اي الى قتل الاعلان في تحقيق الغرض المطلوب منه .

ويستطيع المصمم ان يتبع طرقاً عديدة لتحقيق هذا الهدف عن فكرة مبتكرة واختيار ما يناسبها من الصور والخط والرسم الكاريكاتوري وغير ذلك من عناصر الاعلان التي تخرج عن المألوف وتوصله الى الابداع



ويجب القول ان جعل الاعلان ملفناً للنظر يتعدى عملية التصميم الى عملية اخراج واظهار الاعلان التي سنبجتها فيما بعد وكذلك يعتمد على انتقاء مكان بارز لاظهار الاعلان بشكله النهائي .

(٢) ان يتحرى المصمم الصدق والحقيقة في عرض صفات السلعة المعلن عنها وان يتجنب المبالاة والمبالغات في وصفها بدون مبرر وذلك لان تقديم بيانات غير صحيحة ومضللة لا تساعد في اغلب الاحيان على كسب ثقة الجمهور وحته على اقتناء السلعة وانما قد تؤدي الى اعراضه عن تلك السلعة وبالتالي عدم تصديقه حتى لمزاياها الحقيقية

(٣) ان يكون الاعلان محفزا على الشراء فبعد تحقيق الهدف الاول اي اثارة غريزة حب الاستطلاع لقراءة الاعلان يجب ان تثار رغبته لشراء السلعة ومن ثم الايحاء باقتنائها بتبين منافعها ويمكن الاستفادة في تحقيق هذا الهدف من النتائج التي توفرت لدى دراسة السوق وتحليل النزعات النفسية للجمهور كأن يدعو الاعلان الى الاقتنار بالسلعة المعروضة او اثارة المستهلك لتقليد الاخرين باراز شهادة رضا واستحسان من شخصيات معروفة عن تلك السلعة

(٤) ان يتجنب المصمم استفزاز الجمهور او تقززه او ذعره كأن يذكر الاعلان عن التأمين على الحياة عبارة « ماذا يحدث لو توفيت غداً ؟ » فلا بد للاعلان الناجح من مراعاة شعور القراء

(٥) ان يكون الاعلان موجزاً ومركزاً قدر الامكان اذ ان الاسهاب في شرح صفات السلعة والاكثار من الالفاظ والعبارات يبعث الملل في نفس القارئ ولا يشجع على قراءته بل يجب الاختصار على ذكر الحقائق الهامة بصورة مختصرة واضحة المعنى وفي عبارات قصيرة مركزة . ولهذا نجد ان معظم الاعلانات الناجحة وخصوصا المصورة منها لا تحتوي الا على كلمات معدودة كما ان بعض الاعلانات عنوانها يدل على المقصود منها .

### اخراج الاعلان

ان اخراج الاعلان هو عملية تنفيذ الفكرة المصممة واخراجها بشكلها النهائي بحيث تتوفر فيها العناصر التي بحثت سابقاً في تصميم الاعلان ومن الواضح ان مرحلة اخراج الاعلان تلي مرحلة التصميم وتتضمن تحويل فكرة المصمم الى اعلان قابل للنشر .

وتعتمد عملية اخراج الاعلان على الفنون المختلفة والتي تتعلق باختيار نوع الخط المناسب والالوان الملائمة للنظر ونوع الرسم والطباعة واستعمال الاضواء والصور المتحركة . وندين قسماً يلي بصورة مختصرة الاعمال الفنية التي تشترك في اخراج الاعلان :

#### ١ - الخط

على مخرج الاعلان ان يختار نوع الخط الذي يجب استعماله لأن الخطوط العربية مختلفة الانواع منها الرقعة والنسخي والثلث والفارسي والمهاجري والكوفي والنوع الأخير نادر الاستعمال في الاعلانات لصعوبة قراءته ( راجع صفحة ٨٧ ) كما تستعمل في بعض الأحيان الحروف المطبعية بأحجامها المختلفة .

#### ٢ - الرسم

يعتبر فن الرسم اداة مهمة للتعبير عن غرض المصمم لاثبات السلعة او الخدمة المعلن عنها والرسم يتم بوسائل متعددة كالرسم بالحبر او بالفحم او بالزيت او

بالألوان المائية ويختار منها ما يناسب الاعلان وغرضه .

### ٣ - التلوين

التلوين من الوسائل المعروفة للفت النظر وقد تقدم هذا الفن لدرجة أصبح من السهل ان تصور السلعة بألوانها الطبيعية ولتقدم الطباعة فضل كبير في نشر الاعلانات الملونة ومن الأفضل ان تكون الألوان متنافرة او صارخة لتستدعي الانتباه وتترك عملية اختيار الألوان في الغالب لذوق الرسام مع الاسترشاد بآراء المصمم .

### ٤ - التصوير الفوتوغرافي

كثيراً ما يحتوي الاعلان على صور طبيعية للسلع المعلن عنها ويفضل التصوير الفوتوغرافي على الرسم اليدوي لسرعته وقلة نفقاته . ومن الواجب ان يتحرى المصور اختيار الوضع المناسب وتوزيع الضوء والألوان مما يساعد على إبراز السلعة بشكل لطيف .

### ٥ - الحفر

تعتبر عملية الحفر من العمليات التي تأتي مباشرة بعد الانتهاء من الرسم او التصوير والخط وتتلخص في نقل الاعلان على لوحة معدنية تسمى بالنموذج ( الكليشة ) لغرض استخراج نسخ كثيرة بواسطة آلة الطباعة وتعتبر عملية الحفر من العمليات الفنية التي تتكون من عدة مراحل لعمل النموذج المطلوب .

### ٦ - الطباعة

وهي المرحلة الأخيرة بالنسبة لاجراء الاعلان والتي تظهر على الورق والطباعة فضل كبير في تقديم الاعلان ويمكن القول ان الطباعة هي المرحلة الأخيرة بالنسبة للاعلانات المطبوعة فقط أما الاعلانات المرئية فان المرحلة

الأخيرة هي اعداد الشريط السينائي وفي حالة الاعلان الناطق تعتبر المرحلة النهائية اذاعة الاعلان .

#### من يقوم بتنفيذ مراحل الاعلان :

بما سبق يتبين ان مراحل الاعلان الرئيسية هي دراسة السوق ثم تصميم الاعلان وأخيراً اخراجه ولا بد ان نتساءل الآن من الذي يقوم بهذه المراحل .

ان المؤسسات الكبيرة التي تدعم مبيعاتها بحملات اعلانية واسعة تختلف السلع تنشئ ادارة خاصة للدعاية والاعلان يلحق بها جهاز كامل لدراسة السوق وفنيون وعمال ماهرون لتصميم الاعلان واخراجه بشق الوسائل على انه حق في وجود دائرة خاصة للاعلان فان بعض الاعلانات ولا سيما تلك التي تم بطريقة اللافتات المرسومة واللافتات الكهربائية والتلفزيون والسينما تم بواسطة الاستعانة بمؤسسات خارجية متخصصة في هذه الأمور .

والغالبية العظمى من المؤسسات المتوسطة والصغيرة تنفذ المراحل الاعلانية بما فيها الابحاث الخاصة بدراسة السوق وتصميم الاعلان واخراجه بواسطة الاستعانة بمكاتب ومؤسسات خارجية متخصصة في هذه المجالات وذلك لأن الحاجة الى هذه الخدمات ليست من الوفرة والاستمرار الى درجة تبرر انشاء ادارة خاصة بالاعلان وتأليف جهاز خاص بها .

#### اسم المؤسسة والعلامة الفارقة والاعلان :

يتميز اسم المؤسسة الذي تعرف به دائماً والاسم التجاري بالنسبة للمتاجرة من الوسائل الفعالة لترويج السلع التي تنتجها تلك المؤسسات بالنظر الى الشهرة التي سبق وان اكتسبتها على مر السنين والتي تحصل على ثقة الجمهور المستهلك بمجرد وجود الاسم على السلعة ومن هذه الاسماء مثلاً أحذية باتا وصابون الجمال وغيرها من الاسماء المعروفة .

والعلامة التجارية المسجلة علاقة وثيقة بالاعلان التجاري إذ بواسطتها تميز سلعة معينة عن السلع المماثلة لها من ناحية الغرض ويتم تسجيل هذه العلامات لدى مسجل العلامات الفارقة في وزارة الاقتصاد وتكون مدة حقوق العلامة الفارقة المسجلة خمس عشرة سنة من تاريخ التسجيل .

ولأهمية العلامة المسجلة وما يترقب عليها من منافع دعائية وترويجية لأصحابها وللمستهلكين وخاصة عندما تكتسب السلعة شهرة واسعة يحمي القانون أصحاب هذه العلامات واستخدامها لسلعة جديدة أفضل جودة لترويجها على حساب العلامة المشهورة حيث ان هذا يعتبر من وسائل المنافسة غير المشروعة .

أما علاقة الاعلان بالعلامة الفارقة فمن صالح المعلن ان يظهرها في جميع اعلاناته بصرف النظر عن وسيلة الاعلان وذلك لغرض تركيز السلعة في أذهان المستهلكين وتذكيرهم بها بمجرد رؤية العلامة الفارقة ولهذا السبب يضع المصمم نصب عينيه ادخال العلامة الفارقة عند تصميم الاعلان على ان يختار المكان المناسب لها في الاعلان .

\* \* \*

## طرق الاعلان ووسائله

### مقدمة :

للإعلان وسائل وطرق مختلفة وهذه الطرق المتعددة تتيح للمعلن حرية اختيار وسائل الإعلان المناسبة للسلعة ويعتمد نجاح الحملة الاعلانية الى حد كبير على الاختيار الموفق لطرق إعلان معينة تناسب غرض المعلن والاهداف التي يتوخاها ضمن حدود الميزانية الاعلانية وبحيث يصل مضمون الاعلان الى المستهلكين المقصودين ويؤدي الغرض المرجى منه .

ويمكن تصنيف طرق الاعلان المعروفة تحت الابواب التالية :

(١) طرق الاعلان المكتوب او المصور وتشمل الاعلان في الصحف والمجلات والنشرات التجارية والادلة العامة والاعلانات في الاماكن المكشوفة ووسائل النقل كاللصقات وغيرها والاعلان المباشر بشكل المنشورات والكتالوجات والتمائم .

(٢) طرق الاعلان المرئي والناسط بواسطة الراديو والسينما والتلفزيون والافانوس السحري والاعلان بواسطة المتاحف .

(٣) وسائل أخرى متفرقة كمرص السطح في النوافذ والمعارض ومنح التخفيضات .

(٤) الاعلان السلي .

## أولاً - الاعلان المكتوب والمصور :

ان الاعلان المكتوب او المصور يعتمد في نجاحه بصورة عامة على حسن اختيار طريقة نشره او مكان تعليقه وعلى قابلية الجمهور المستهلك في قراءته وتفهيم مضمونه وهذا بالتالي يعتمد على درجة انتشار قابلية القراءة بين أبناء الشعب ومستواهم الثقافي والتطبيعي ففي بلد تسود فيه الأمية مثلاً لا يؤدي هذا النوع من الاعلان الى نفس النتائج التي يمكن ان يحققها في بلد يكون وجودها بنسبة ضئيلة جداً او معدوماً .

وهناك ثلاثة أساليب مختلفة لاجراء الاعلان المكتوب والمصور ونشره بين الجمهور وهي :

( أ ) المطبوعات الدورية .

(ب) الاعلانات في الاماكن المكشوفة ووسائل النقل .

(ج) الاعلان المباشر بواسطة الرسائل البريدية والمنشورات والكتالوجات وغيرها .

### المطبوعات الدورية :

والمقصود بالمطبوعات الدورية هي تلك التي تصدر في فترات منتظمة والتي يعتاد القارئ على توقع صدورها في مواعيد محددة سابقاً وأهم هذه المطبوعات الدورية الصحف والمجلات والنشرات التجارية والأدلة العامة .

### الصحف :

وتعتبر الصحف أهم طرق الاعلان المروقة واكثرها شيوعاً وهي على أنواع كثيرة فمنها الصباحية ومنها المسائية وبعضها ما يصدر عدة طبعات في اليوم

الواحد وأخرى تصدر مرتين أو أكثر في الاسبوع الواحد وأخرى تصدر مرة في الاسبوع ولا سيما في أيام العطلات الاسبوعية ومن الصحف ما له أهمية عامة ويوزع في كافة أنحاء القطر أو أقطار متعددة بينما تصدر صحف كثيرة في مناطق معينة من البلاد الواحد وهذه الصحف أهمية محلية فقط .

وهناك ملاحظات مهمة يجب التقيد بها أو أخذها بنظر الاعتبار عند الاعلان في الصحف يمكن تلخيصها بالنقاط التالية :

— لا بد من ملاحظة طبيعة السلعة أو الخدمة عند نشر الاعلانات في الصحف فان كان الطلب عليها عاماً في جميع أنحاء القطر تنشر اعلاناتها في الصحف العامة ذات الانتشار الواسع فيقرأ الاعلان جميع الاشخاص الذين يطالعون الصحف على اختلاف آرائهم ما دام الاعلان منشوراً في جميع الصحف أما اذا كانت السلعة تستخدم بصورة محلية فيجب ان تنشر اعلاناتها في الصحف المحلية .

— بالنسبة للسلع التي تتمتع بطلب خاص من قبل فئة معينة من المستهلكين يجب ان يوجه الاعلان الى تلك الفئة المعنية وذلك باختيار الصحف أو النشرات التي تتخصص في مجال تجاري أو اقتصادي الخ ... معين فيعلن عن المكائن والمواد الزراعية مثلاً في الجريدة الزراعية ان وجدت .

— من المهم جداً وضع خطة اعلانية موفقة في الصحف فيما يتعلق بالتركيز أو الاعلان المتكرر والاختيار بين نشر الاعلان بصحيفة واحدة مختصة وبصورة مستمرة بدلاً من نشره بعدة صحف لمدة قصيرة ومسألة اختيار مواعيد الاعلان وتوزيعها مما يحقق اغراض الحملة الاعلانية وبصورة عامة يستحسن تجنب الاعلان في الصحف قدر الامكان في الاوقات التي تنشر فيها اخباراً هامة أو حوادث خطيرة والتي يمكن ان تغطي على الاعلان .

— يجب ان يكتب الاعلان بالصورة التي يتفهمها جمهور القراء والتي تشجعهم على



قراءته وذلك بمراعاة البساطة والاختصار وحسن اختيار الالفاظ مع احتوائه على مزايا السلعة البارزة وكذلك من الواجب اختيار مكان ملانم في الصحيفة على ضوء طبيعة الاعلان والمبلغ المخصص له إذ ان الاعلان المنشور في القسم الأعلى من الجريدة يحلب الانتباه اكثر من المنشور في القسم الاسفل وما ينشر على الصفحة الأولى او الصفحات ذات الارقام الفردية يحلب الانتباه اكثر من الاعلان المنشور على الصفحات ذات التسلسل الزوجي .

### مزايا الاعلان في الصحف :

من خصائص الصحف انها تنتشر في منطقة جغرافية محدودة وتصل الى عدد كبير من القراء على اختلاف مراتبهم من حيث الثروة والثقافة والميول لذا فهي تعتبر من اكثر وسائل الاعلان فعالية وتمكن المعلن من الاتصال بأكبر عدد ممكن من الجمهور الذي همه الوصول اليه بالاضافة الى انها تتيح له مجالاً كبيراً للاختيار بين عدد كبير من الصحف وأماكن مختلفة في الصحيفة وازمانا مختلفة ومن أهم مزايا الاعلان في الصحف قلة كلفة الاعلان ليس بصورة مطلقة وإنما بالقياس الى كلمة وصول الاعلان للفرد الواحد . ومن الصحف ما يباع منها يومياً مئات الألوف من النسخ فضلاً عن ان النسخة الواحدة من الجريدة قد يقرأها اكثر من فرد واحد فلو قسمنا المبلغ المدفوع فملاً عن اجرة نشر الاعلان على عدد كبير من القراء لوجدنا ان كلفة الاعلان بالنسبة للقارئ الواحد هي زهيدة جداً .

ومن مزايا الاعلان في الصحف بساطته وسهولته وسرعة ظهور نتائجه فظهور الصحف يومياً او في فترات دورية متعاقبة يفسح المجال أمام المعلن للاتصال بالجمهور في وقت قصير كما يمكنه أيضاً من تغيير صيغة اعلانه تبعاً لما يطرأ من ظروف جديدة على السلعة نفسها او على حالة السوق كظهور بضائع منافسة وتأخر وصول بضاعة سبق الاعلان عنها او تخفيض سعر البيع كما ان

الاعلان بالصحف لا يستدعي تحضيرات كثيرة فيما على الملن الاعداد النموذج وتسليمه الى ادارة الجريدة للنشر .

ان الاعلان في أم الصحف اليومية ولمرات متكررة لا بد وان يعطي نتائج سريعة ويمكن نفس هذه النتائج بمراقبة الزيادة في المبيعات ولهذا السبب تعتبر الصحف احسن الوسائل التي يمكن بها تجربة الاعلانات لاختيار اصلحها كأن تنشر عدة اعلانات مختلفة لسلعة واحدة في أماكن مختلفة وتراقب المبيعات في كل منطقة لمعرفة نسبة الزيادة ثم يتم اختيار اكثرها فعالية ونجاحاً لنشره على نطاق واسع مع ملاحظة العوامل التي تنشأ عن اختلاف طبيعة المستهلكين وطلبهم بين منطقة وأخرى .

وتتبع بعض الصحف الواسعة الانتشار عن نشر الاعلانات المضلة فهي بذلك تساعد على حمالة الجمهور من البيانات الكاذبة التي ترمي الى خداع الجمهور وابتزاز امواله وذلك لرغبة اصحاب هذه الصحف في المحافظة على ثقة قرائهم بصحفهم .

#### المجلات :

تصدر المجلات بفترات دورية متباعدة بالنسبة للصحف ومنها ما يصدر اسبوعياً او كل اسبوعين او شهرياً او كل فصل او بفترات اكثر تباعداً ولا تتمتع المجلات بصورة عامة بنفس الدرجة من الانتشار والتوزيع التي تتمتع بها الصحف البارزة الا ان هنالك مجلات عالمية توزع الملايين من النسخ في كافة أرجاء المعمورة .

وتتمتع المجلات بصورة عامة في كثير من المزايا التي سبق ذكرها بالنسبة للصحف وبالإضافة الى ذلك فانها تهيء قرصاً لإبراز الاعلان بصورة اكثر وضوحاً وجاذبية من الصحف ويكثر فيها استعمال الاعلانات الملونة والصورة والمصممة تصميمياً فنياً فيستدعي الانتباه .

والجمله تتمتع ايضا بعمر أطول من الصحيفة فيحتفظ عموما بعدد معين الى حين صدور العدد الذي يليه فضلا عن ان بعض القراء يلجأون الى جمع الأعداد المختلفة في مجلدات سنوية وبذلك يطول عمر الاعلان المنشور فيها ثم ان بعض المجلات لا تتلف بل يحتفظ بها بصورة دائمة كراجع خاصة كالمعلمية منها او القانونية او الفنية ومن الملاحظ ان عين القارئ لا تخطيء الاعلان في المجله لكبر حجمه غالباً ولأنه يقرأ المجله من اولها الى آخرها .

والاعلان في المجلات يقتصر عموماً على بعض السلع التي تتمتع بطلب خاص والتي يكون ثمنها مرتفعاً كالسلع الكهاليه والادوات المنزليه الاستهلاكية المعمرة .

ويمكن القول انه لا يمكن الاعتماد على المجلات فقط في الحملات الاعلانية ولا سيما في حالة السلع التي تتمتع بطلب عام منتشر وذلك لعدم انتشارها بصورة كبيرة ولظهورها في فترات متباعدة نسبياً ولهذا تعتبر متممة للاعلان في الصحف اليومية .

وهناك أنواع متعددة من المجلات فمنها المجلات العامة والتي تتناول كافة الحقوق كالسياسة والاقتصاد والاجتماع والادب والرياضة والفن والتي يطالعها الجمهور عموماً وليس فئة معينة منه على وجه التخصيص ومنها المجلات المنزلية والتي تبحث في التدبير المنزلي والحياة العائلية والازياء وتعتبر هذه المجلات وسطاً جيداً للاعلان عن السلع المنزلية كالاثاث والادوات الكهربائية المنزلية وكذلك السلع التي تخص السيدات وهناك المجلات المهنية والتي تختص بنشاط فئات او جمعيات معينة من المهنيين كالمهندسين والاطباء والمحاسبين والهامين حيث تعتبر هذه مكاناً مناسباً للاعلان عن السلع التي تخص هذه الفئات وعدا ما تقدم يوجد انواع متعددة من المجلات التجارية والصناعية والزراعية والرياضية والتي تمكن المعلن من اختيار المجله التي تناسب السلعة المعلن عنها ليصل الاعلان الى الفئة او الجماعة المؤمل شراؤها للسلعة .

## النشرات التجارية والادلة العامة :

تصدر الهيئات الرسمية والاهلية كاتحاد الصناعات وغرف التجارة والزراعة والصناعة والمصارف نشرات خاصة بنشاطها او عن حالة السوق التجارية بصورة عامة والتي تيسر مجالات لنشر الاعلانات المختلفة فيها أما الأدلة العامة فيحتوي كل منها على مجموعة من المعلومات المهيئة التي اعدت لغرض استعمالها كمرجع خاص كدليل التلفون ودليل السكك الحديدية والدليل التجاري ودليل الشركات المساهمة وتعتبر الادلة من وسائل الاعلان التي يبقى مفعولها واثرها لمدة طويلة من الزمن .

## الاعلانات في الاماكن المكشوفة ووسائل النقل :

وتكون هذه اعلانات كبيرة من الورق او القماش او خشب تعلق على ألواح معدنية او قوائم خشبية وتعرض في الأماكن العامة المزدحجة بالناس كالمبادين والطرق الرئيسية وفي محطات السكك الحديدية والسيارات والمطارات والموانئ وأبواب المحلات وغيرها .

ومن مزايا الملصقات انها تشاهد من مسافة بعيدة ويمكن قراءتها اثناء سير واسطة النقل وهي تدعو الى الثقة بقوة مركز المعلن وجودة سلعته فضلاً عن أن الملصق يعمر طويلاً ولا يتأثر بتغير طراز السلعة او بتعسينها طالما انها محتفظة باسمها التجاري ولا تستعمل الملصقات للسلع التي ليست لها علامة مسجلة .

وتستعمل الملصقات للسلع التي تستعمل بكثرة او السلع ذات الطلب المتجدد دورياً كالماكولات والمشروبات وزيوت السيارات والاطارات والراديات والثلجات وتهدف بالدرجة الاولى الى تذكير الجمهور بالسلعة او الخدمة المعلن عنها لذلك تصمم الملصقات بطريقة تظهر نموذجاً مصوراً للسلعة المعلن عنها او لفلانها او لعلامتها الفارقة او لما تحويه من مواد اولية قدخل في تركيبها او

صنمها ويراعى ذكر كلمات قليلة معدودة لأن الصورة هي محور الملصق ولكي يتمكن المارة من قراءة الاعلان بسرعة .

وبالاضافة الى الملصقات تستعمل اللافتات المرسومة واللافتات الكهربائية كوسائل للاعلان في الاماكن المكشوفة والاولى هي الاعلانات التي ترمس على جدران المارات بواسطة الاصباح الثابتة في أماكن يكثر فيها المرور ويتميز هذا النوع بأغلب الصفات الخاصة بالملصقات ولكنها أطول عمراً من الملصقات والثانية أي اللافتات الكهربائية التي انتشرت أخيراً كوسيلة للاعلانات الليلي وهو من وسائل الاعلان التذكيري الناجح الملفت للنظر ولا سيما المتحرك منه وقد ابتدع المتخصصون في هذا الفن طرقاً مختلفة وجذابة وخصوصاً باستعمال أضواء النيون.

وتستعمل الملصقات الصغيرة على الجوانب الداخلية والخارجية لوسائل النقل كسيارات نقل الركاب الكبيرة والقطارات وعربات الترام وذلك لاطلاع الركاب والمجهور عليها .

وهناك بالإضافة الى ما سبق طرق مبتكرة فريدة مثل القذائف النارية للدعاية عن سلعة او مؤسسة فتطلق في الفضاء قذيفة تنفجر وتتحول الى الران جميلة مكونة اسم المعلن عنه او سامته وتستعمل الطائرات كذلك لكتابة اسم السلعة او المؤسسة في الفضاء .

الاعلان المباشر بواسطة الوسائل البريدية والتعاميم التجارية والوسائل المباشرة

#### الآخرى :

ويقصد بالوسائل المباشرة طرق الاعلان التي تمكن المعلن من الاتصال بالمعلن لهم بصورة مباشرة وتعتبر الوسائل المباشرة بصورة عامة اعلى كلفة بالنسبة للنتائج المتوخاة منها من الطرق التي لا تعتمد على الاتصال المباشر ، ولكن لها ما يبررها في حالة السلع ذات الطلب الخاص المحدود والذي هم فئة معينة خاصة من العملاء كالالات الهندسية والميكانيكية والطبية والادوية ومعدلات الهواء

## الكبيرة المستعملة في القاعات العامة او دور السينما .

ومن اهم الوسائل المباشرة الرسائل البريدية وتم عن طريق ارسال رسائل الى عملاء معينين لأجل إثارة الرغبة في الشراء ويتم الحصول على اسماء وعناوين هؤلاء من عدة مصادر كدليل التلغراف وغرف التجارة ونقابات المهن الحرة كالاطباء وأطباء الأسنان والصيدالة والمهندسين . وتعتبر الرسائل من الطرق التي تمكن المعلن من الاسهاب في شرح مزايا السلعة وتقديم الضمانات الكافية كما تعتبر من وسائل الاعلان الناجحة لأن الإنسان بطبيعته مشوق لقراءة ما يصله من الرسائل البريدية .

ومن الوسائل المباشرة الأخرى المنشورات والتعاميم التجارية وهي وسيلة جيدة للاعلان المحلي ورخيصة نسبياً حيث تطبع كميات كبيرة من هذه المنشاير وتوزع بالشوارع والمحلات العامة فتوزع المنشورات الخاصة بمرض احد الافلام السينائية في مدخل دار العرض نفسها او الطريق المؤدي اليها ويوزع المنشور الذي يعلن عن ادوات رياضية في ساحة الالعب في مناسبة رياضية معينة او عند خروج المتفرجين وقد ترسل المنشورات بواسطة البريد او توضع داخل البضاعة المباعة .

ومن الوسائل المباشرة أيضاً دفاتر البيان والكتيبات الاخرى التي تبين فيها مزايا وخصائص السلعة وهي توضع في غلاف او داخل عبوة السلعة .

وتعتبر الكتيبات ودفاتر البيان من وسائل الاعلان التي تفيد المعلن من حيث اتساع المساحة المستخدمة للإعلان بالنسبة للمساحة المحدودة في الصحف والمحلات والتي يحتملها ارتفاع كلفتها .

وهناك وسائل مباشرة متعددة أخرى كالهدايا والناذج المجانية التي تقوم بعض المؤسسات بتوزيعها على عملائها لاستعمالهم الشخصي كالاقلام والمفكرات والتقويم السنوية ومنافض السكاير وغيرها أما الناذج المجانية فانها توزع لأجل

دفع المستهلك الى التعرف على السلعة بصورة عملية حتى يمكنه الحكم عليها وتستعمل في ادخال اصناف جديدة من البضاعة كالصابون والساكنات والادوية . وتستعمل اوراق التغليف والاكياس أيضاً كوسيلة للاعلان والدعوة لشراء السلعة حيث يطبع اسم السلعة او المحل عليها كوسيلة تذكيرية وقد يقوم منتج السلعة او تاجر الجملة بطبع هذه الاوراق والاكياس وتوزيعها مجاناً على تجار المفرد لاستخدامها .

#### ثانياً - الاعلان الناطق المرئي :

ان الاعلان الناطق والمرئي لا يعتمد على الكلمة المكتوبة او قابلية المستهلكين على قراءة الاعلانات في الصحف وال نشرات واللافتات ودفاتر البيان او شرائهم او اقتنائهم لهذه المطبوعات فاستعمال النادي مثلا يمكن اعتباره من اقدم أنواع هذا الاعلان وينقلب استعماله في الاماكن التي تكون فيها نسبة الأمية عالية وتستعمل الآن مكبرات الصوت في السيارات للطواف في ارجاء المدينة للإعلان عن سلعة معينة او الدعوة الى شيء معين . او يكون النشر بالوسائل التالية :

#### ١ - المذياع ( الراديو ) :

في الاقطار التي تكثر فيها عدد المحطات الاممية للبث والاذاعة يستعمل الراديو كواسطة رئيسية من وسائل الاعلان ولم تستعمل هذه الوسيلة في العراق حتى الآن .

يتميز الاعلان عن طريق الراديو بأنه يصل الى عدد كبير من المستمعين وتزداد اهميته بانتشار اجهزة الاستقبال بين الناس وعلى قوة البث التي تتصف بها محطة الاذاعة ونوع البرامج التي تبثها وتوزيعها وذلك لتشويق السامعين والتي يتخللها الاعلان . كما ان الراديو يمكن المعلن من التحدث عن السلعة بأسهاب وبأسلوب مبسط قد تستعمل فيه اللغة الدارجة فيفهمه الجميع ويسترشد المعلن في وضع

تصميم اعلانه بالفئات المختلفة الموجه لها الاعلان ثم يختار البرامج التي تلائم رغبات تلك الفئات وجنسهم وعمرهم ودخلهم ومستواهم الثقافي حتى يحقق الاعلان ضمان سماعه من قبل الفئة التي تهتمها السلعة .

ان اختيار وقت البث المناسب ضمن حدود الميزانية الاعلانية عامل فعال في نجاح هذا النوع من الاعلان وبصورة عامة فان احسن الاوقات هي في المساء بين الساعة السادسة والعاشرة ومع هذا فان هناك بعض الاعلانات ما يذاع في اوقات أخرى كالصباح وخصوصاً تلك التي توجه الى ربات البيوت ومن الاعلانات الناجعة ما تكون بشكل اغنية أو تمثيلية مشوقة لا يملها الجمهور .

ولكن الاعتماد على الراديو فقط في الحملة الاعلانية ولا سيما في الاقطار التي لم يصل فيها المستوى المعاشي الى درجة تمكن الغالبية العظمى من الجمهور المستهلك من افتتاح جهاز الراديو أو الاستماع اليه ويمكن اعتبار هذه الوسيلة كطريقة مكتملة للنشر بواسطة الصحف أو المجلات مثلاً ويستخدم الراديو للإعلان عن السلع التي اكتسبت اسماً تجارياً وذاع صيتها .

## ٢ - التلفزيون :

من وسائل الاعلان المرئي والناطق المتكرر حديثاً والتي سيتوقف انتشارها وشيوعها في المستقبل على انتشاره إذ ان الاعلان بهذه الطريقة لا يصل إلا للذين يملكون هذا الجهاز كما ان وصوله الى اكبر عدد ممكن يتوقف على قوة البث التي لا تزال مقتصرة على منطقة جغرافية محدودة .

ويتميز الاعلان المرئي بفعاليته في عرض السلعة على المستهلك وشرح مزاياها وطريقة استعمالها وكيفية ادامتها مما يعود على مشتري السلعة بالفائدة الكبيرة ويستطيع التلفزيون الملون والذي طور حديثاً عرض السلعة بالوانها الطبيعية .

والاعلان في التلفزيون كما هو الحال في الراديو يعتمد تأثيره على نوعية البرامج التي تقرر عدد المشاهدين .



### ٣ - السينما :

والسينما أيضاً من وسائل الاعلان المرئي والناطق وهي تلاقى نجاحاً كبيراً في حث الجمهور على شراء مختلف السلع والبضائع ولا سيما تلك التي تتمتع بطلب واسع والتي يساعد ارتفاع المستوى المعاشي للناس على اقتنائها ويشتمل الاعلان بالسينما على عرض الافلام والألواح. والألواح هي عبارة عن اعلان مصمم مطبوع على شريط سينمائي . طغى استعمال الافلام على الألواح لما تتمتع به من حركة ونطق .

والاعلانات السينمائية الناجحة ترمي الى تسليية الجمهور وذلك يجعل الاعلان على شكل قصة قصيرة تعرض بالألوان الطبيعية وبأسلوب مشوق مثير قراقبه موسيقى مناسبة قد لا يفهم منها لأول وهلة انها تقصد الاعلان عن سلعة معينة.

والسينما وسط غير فعال في الاعلان عن السلع الخاصة والتي تهتم بها فئة معينة من العملاء أو المستهلكين وتصلح للسلع والخدمات ذات الطلب العام حيث تضمن مشاهدة الاعلان من قبل جميع المتفرجين الموجودين في دار السينما اثناء العرض .

### ثالثاً - وسائل الاعلان الأخرى :

بالإضافة الى طرق الاعلان التي تكلمنا عنها فيما تقدم هنالك وسائل أخرى تعتبر متممة لوسائل الاعلان الرئيسية ولا يمكن في أكثر الاحيان ان تؤدي وحدها الى تحقيق مقاصد المعلن في زيادة الطلب على السلع التي يتعامل بها .

وفيما يلي شرح موجز لأهم هذه الوسائل :

#### ١ - عرض السلع في النوافذ :

ان حسن عرض السلع في نوافذ المحل تعتبر من الأساليب الفعالة والمثمرة في

اجتذاب الجمهور ولا سيما اذا كان ذلك مشفوعاً بمجمل اعلانية عن طريق الوسائل الاخرى فالنوافذ المصممة بذوق رفيع وبشكل جذاب مشوق تثير المارة برؤيتها والوقوف عندها ومن ثم الدخول الى المحل فهي تعرف الزبائن بوظيفة المتجر ثم تزودهم بالأخبار الجديدة عن البضائع والاسعار .

وأصبح عرض السلع في نوافذ المحل فناً قائماً بذاته يقوم به فنانون متخصصون من الذين يمتازون بذوق رفيع وخبرة في هذا المجال . ويتوقف نجاح الاعلان بهذه الوسيلة على امرين رئيسيين وهما تصميم النافذة نفسها وتصميم عرض السلع فيها وتوزيعها في المكان المتوفر . ولكل منها قواعد وأصول يجب اتباعها حتى تحقق هذه الوسيلة جذب نظر أكبر عدد ممكن من جمهور المارة . وبشأن تصميم النافذة نفسها يراعى تلوينها وطريقة اثارها فمن الناحية الأولى يجب ان تكون الالوان مناسبة متفقة مع طبيعة السلعة المعروضة بشكل يساعد على اظهارها ويستحسن ان تكون الالوان غنية وملطحة على السلعة بطريقة فنية . اما بالنسبة لقواعد عرض السلع في النوافذ التجارية فأهمها مراعاة فصول السنة والمناسبات ، وعرض السلع التي تناسب هذه الفصول والمناسبات ويجب عرض عدة نماذج مختلفة لسلعة معينة واحدة فلا تملأ النافذة بسلع مختلفة لا يوجد علاقة بينها لان ذلك ينفر الجمهور ويمنعه من الاطّلاع على النافذة ويجب كذلك مراعاة البساطة والابتكار في وضع السلع داخل النافذة ، ومن القواعد المقبولة الأخرى تغيير طريقة العرض بين فترة وأخرى وتغيير النماذج المعروضة لتلايل الجمهور من رؤية الشيء نفسه وهذا يؤدي ايضاً الى تجنب تلف السلعة وتغيير لونها من ضياء الشمس كما انه من المستحسن وضع شيء متحرك داخل النافذة لجلب الانتباه ويجب تجنب الاسهاب في وصف السلعة .

وعند عدم استيعاب النوافذ المتوفرة للسلع المراد عرضها أو لضخامة هذه السلع كما هي الحال في المكائن والآلات والسيارات يلجأ أصحاب المؤسسات الى اختيار صالات كبيرة للمرض في الشوارع المزدحمة بالمارة لفرض تحقيق نفس

الاعراض المشروحة سابقاً كما انها تزود الزبائن بما استجد من البعائع والاسعار.

## ٢ - المعارض :

المعرض هو محل كبير لعرض السلع والمنتجات يقام في مناسبة معينة وتشارك فيه هيئات تجارية ومؤسسات رسمية أو غير رسمية أو دول متعددة في حالة المعارض الدولية أو المحلية ويستمر المعرض لفترة مخصصة .

وتتميز المعارض بانها تجذب اليها عدداً كبيراً من الزائرين خلال مدة المعرض وانها توفر طريقة رخيصة وعملية للاتصال المباشر بالمستهلكين والمهتمين بسلعة معينة وتعريفهم عليها وعلى طريقة استعمالها وبالنسبة للمعارض الدولية يتمكن المنتج بواسطتها من توسيع الطلب على منتجاته بإيجاد أسواق خارجية لها والاتصال بموزعيها وإيجاد وكلاء يبيع لهذا الغرض .

ويتوقف نجاح المشترك في المعرض على طريقة تصميم المكاتب المخصص لمروضاته وعلى كيفية عرضها وعلى مهارته في ترك أثر طيب لدى الزوار بتقديم المعلومات الكافية عن السلعة وتوزيع الهدايا ودفاتر البيان والنشرات ومعظم البضائع يوضع تحت نظر الزبائن ليسهل فحصها والتعرف عليها مما يشجع اقتنائها.

## ٣ - العبوات

يلجأ المنتجون بالنسبة لكثير من السلع الى وضعها داخل عبوات جذابة وقيمة نسبياً تتكون من الصفيح أو الخشب أو الزجاج أو البلاستيك أو الكارتون وذلك لأغراض الفرد بشرائها لاقتناء العبوة من جهة والحفاظة على محتوياتها من جهة أخرى وقد تصمم العبوة بشكل جذاب وتصنع من مادة جيدة لتدوم طويلاً حيث يمكن استعمالها بعد استهلاك محتوياتها في أغراض أخرى وبذلك تكسب السلعة شهرة بواسطة العبوة ومن العبوات التي يقصد منها تنشيط البيع تلك التي توضع فيها الحلويات وادوات الزينة والساعات والروائح العطرية

والسجائر .

وبالإضافة الى عرض السلع في النوافذ والاشراك في المعارض واستعمال المبوات الجذابة هنالك وسائل اخرى غير مباشرة للاعلان منها منح التخفيضات للمستهلكين في نهاية المواسم وبعض المناسبات لغرض تصريف بعض السلع الموسمية او الكاسدة وتعريف الناس بالمحل وتصفيد المحلات التجارية من بعض المناسبات والظروف التي يدعى فيها الناس الى المساهمة في مشاريع ضرورية او مساعدة جمعيات خيرية فتساهم المؤسسة سواء بطريقة مادية ( تقديم المعونة المالية او العينية ) او معنوية بتأييد الاغراض الخيرية والدعوة لها على نوافذ محلاتها وفي كل هذا النشاط دعاية حسنة للمؤسسة وعلان عن بضاعتها .

#### رابعاً - الاعلان السليبي :

وفوق كل ما تقدم تجدر الاشارة الى ان هنالك مجالات كبيرة تتوفر لدى المؤسسة لكسب سمعة طيبة والحصول على ثقة الجمهور عن طريق احترام المشتري عند دخوله المحل ومعاملته بكياسة وخلق جو يرتاح اليه وخدمته خدمة طيبة . ثم ان العناية بتحرير المراسلات المتبادلة بين المؤسسة وعملاتها امر يخلق اثرأ طيباً ويشير الى حسن ادارة المؤسسة وتنظيمها مما يكسبها سمعة جيدة .

# فهرست

## الصفحة

### الباب الاول

- التجارة وتطورها - ٥
- الفصل الاول
- عمليات شراء السلع قصد بيعها - ١٠
- التجارة من ناحية الكمية - ١٠
- التجارة من الناحية الاقليمية - ١٧

### الباب الثاني

#### الفصل الاول

- أقسام المشروع التجاري ، نظام العمل في المتجر الكبير - ٢١
- و المتجر الصغير ٢٢ - الادارة العامة ٢٣ - ادارة السكرتارية
- ٢٥ - ادارة المشتريات ٢٧ - ادارة المبيعات ٢٨ - إدارة
- الحسابات ٢٩ - ادارة المستخدمين الذاتية ٣٢ - ادارة
- المخازن

#### الفصل الثاني

- عمليات الشراء والبيع ، المستندات المستعملة في البيع والشراء - ٣٤
- في التجارة الداخلية ٣٨ - اشعارات التسوية ٣٨ - اشعار
- المدين ٤٥ - اشعار الدائن ٤١ - كشف الحساب

### الفصل الثالث

- ٤٣ - طرق سداد الديون الناشئة عن العمليات التجارية الداخلية  
٤٣ - التسديد النقدي ٤٤ - التسديد بالچكوك ٥٠ - التسديد  
بالسند للأمر ( الكميال ) او البوليصه ٥٢ - التطهير  
٥٣ - الاحتجاج ( البروتستو ) ٥٥ - كميال المجامعة ( سند  
المجامعة ) ٥٦ - التسديد بواسطة الحوالات البريدية والمصرفية

### الفصل الرابع

- ٥٧ - عمليات البيع والشراء الخارجية وطرق سداد الديون الناشئة  
عنها

### الفصل الخامس

- ٦٥ - الرسوم الكمركية وكشف حساب التخليص

### الفصل السادس

- ٧١ - طرق سداد الديون الناشئة عن التجارة الخارجية ٣٦ - كابونات  
البريد ٣٦ - بواسطة قسم الكامبيو - الاعتمادات المستنديه  
البوليصه المستنديه

### الباب الثالث

- ٨٣ - المراسلات التجارية

### الباب الرابع

- ١٠٧ - المصارف

**الباب الخامس**

الفصل الاول	
التأمين	١٢١ -
الفصل الثاني	
هيئات التأمين	١٢٨ -
الفصل الثالث	
اقسام عقود التأمين	١٣٥ -
الفصل الرابع	
التأمين على الاشخاص ١٤٥ - التأمين الاعتيادي ١٤٨ - التأمين الشمني	١٤١ -
الفصل الخامس	
التأمين من الحوادث ١٥٢ - تأمين المسؤولية المدنية ١٥٢ - تأمين المسؤولية من حوادث السيارات	١٥١ -
الفصل السادس	
التأمين البحري	١٥٤ -

**الباب السادس**

الفصل الاول	
الاعلان	١٦٣ -
الفصل الثاني	
مراحل الاعلان	١٧٦ -
الفصل الثالث	
اخراج الاعلان	١٨٤ -
الفصل الرابع	
طرق الاعلان ووسائنه	١٨٨ -

## صدر للسيد نديم عبد الرحمن الصالحى

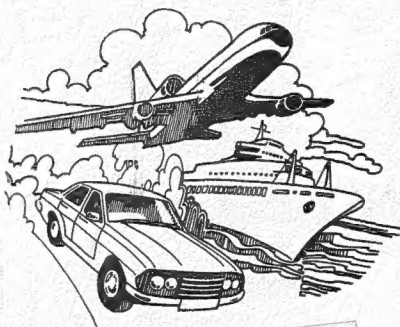
- ١ - مذكرات في طرق التجارة
- ٢ - الدفامر التجارية مسكها وقوتها في الاثبات . بالاشتراك مع الاستاذ محمد علي درويش المحامي
- ٣ - تنظيم المكتب والسكرتارية . بالاشتراك مع الاستاذ الدكتور فؤاد عبد القادر عبدالله
- ٤ - قانون الشركات الجديد والأنظمة والبيانات الصادرة بخصوصه
- ٥ - طرق التجارة (الجزء الثانى) بالاشتراك مع الدكتور فؤاد عبد القادر عبدالله وحازم حبيب
- ٦ - المدخل في تنظيم الاعمال التجارية والسكرتارية .











منقورات دار مكتبة الحياة  
بيروت لبنان